

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

**La supervisión de la opinión pública en China. Análisis de
programas televisivos de información + comentario**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Xu Lu

Directora

María Jesús Casals Carro

Madrid
Ed. electrónica 2019



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
MADRID

Facultad de Ciencias de la Información

TESIS DOCTORAL

**La supervisión de la opinión pública en
China. Análisis de programas televisivos
de información + comentario**

Autora: Xu Lu

Directora y tutora: María Jesús Casals Carro

Madrid, 2018

Dedicatoria

A todos los profesores que han contribuido a mi formación a lo largo de mi vida de estudiante: en parte soy el fruto de la inversión de su tiempo y esfuerzos.

A mis padres, ejemplos de constancia y perseverancia, incondicionales en su permanente apoyo, oportunos en sus consejos, inspiradores con su amor y sus valores, que me han permitido ser una persona de bien y afrontar cada paso con valor, siempre adelante.

A mis amigos, los que han sabido serlo, incluso desde la distancia.

Agradecimientos

Llevar a feliz término una investigación parece una tarea casi imposible cuando apenas se comienza o al enfrentarse al trabajo arduo, sorteando diferentes dificultades. Sin embargo, al colocar el punto final, el definitivo, se hace imposible no reconocer los aportes recibidos durante todo el proceso. Por esa razón es un verdadero placer expresar mi agradecimiento:

De manera especial y sincera a la profesora Maria Jesús Casals Carro por aceptarme para realizar esta tesis doctoral bajo su dirección. Por su confianza en mi desempeño y su capacidad como orientadora, como guía, invaluable aporte que ha repercutido no solo en el desarrollo satisfactorio de esta tesis, sino también en mi formación como investigadora. Le agradezco también el rigor en

la selección de los medios necesarios para llevar a cabo todas las actividades propuestas.

Agradezco infinitamente a mi profesora y amiga Bertha por su disponibilidad y paciencia que hizo que nuestras conversaciones influyeran positivamente tanto a nivel académico como personal. No cabe duda de que su colaboración ha enriquecido el trabajo realizado y, además, ha significado el afianzamiento de una verdadera amistad.

Por último, agradezco inmensamente a mis padres, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, su comprensión, por la motivación constante.

TÍTULO: La supervisión de la opinión pública en China. Análisis de programas televisivos de información + comentario

Resumen

La supervisión de la opinión pública en China. Análisis de programas televisivos de información + comentario es el título de esta investigación que se plantea como problema científico: ¿cómo contribuir al perfeccionamiento de los programas de supervisión de la opinión pública en China a través de los programas más representativos? Para dar respuesta a este problema se hace un análisis minucioso del contenido de los programas.

Esta investigación se estructura en cinco capítulos. En el Capítulo I se explica la información pertinente de la investigación emprendida y realizada (justificación y metodología). En el capítulo II se abordan los conceptos y presupuestos teórico-metodológicos de la opinión pública y sus funciones, con una extensa revisión bibliográfica, y se enmarca la opinión pública en China. En el capítulo III se analizan los programas televisivos e informativos de supervisión de la opinión pública de China, así como el concepto y desarrollo del periodismo de investigación en China. El capítulo IV está dedicado a la presentación, y descripción de los resultados del análisis de las encuestas realizadas con el fin de conocer el interés de las audiencias en los programas informativos de la televisión china que realizan funciones de supervisión pública. En el capítulo V se exponen las conclusiones de la investigación. El capítulo VI es la bibliografía

utilizada. La tesis incluye un Anexo en el que se presenta una información de contexto y resumen histórico / ideológico de la República Popular China realizado por la autora.

El aporte fundamental de este trabajo radica en que servirá como material de apoyo a los profesionales de la comunicación para delinear estrategias que permitan mejorar el ejercicio de la supervisión de la opinión pública, lo cual redundará en beneficio del público, y la edificación de una sociedad aún más justa y democrática.

Palabras clave: China; opinión pública; supervisión de la opinión pública; programas informativos de televisión; programas de supervisión de la opinión pública.

**TITLE: The supervision of Public Opinion in China. Analysis of Programs
Television Information + Comment**

Abstract

The Supervision of Public Opinion in China. Analysis of Programs Television Information + Comment is the title of this research that is presented as a scientific problem: how can we contribute to the improvement of public opinion monitoring programs in China through the most representative programs? To answer this problem a thorough analysis of the content of the programs is made.

This research is structured in five chapters. Chapter I explain the pertinent information of the research undertaken and carried out (justification and methodology). Chapter II deals with the theoretical-methodological concepts and assumptions of public opinion and their functions, with an extensive literature review, and frames public opinion in China. Chapter III analyzes the television and information programs for the supervision of public opinion in China, as well as the concept and development of investigative journalism in China. Chapter IV is devoted to the presentation and description of the results of the analysis. Of the surveys carried out with the purpose of knowing the interest of the audiences in the informative programs of the Chinese television that carry out functions of public supervision. Chapter V presents the conclusions of the investigation. Chapter VI is the bibliography used. The thesis includes an Annex in which context information is presented Historical / ideological summary of the People's Republic of China made by the author.

The fundamental contribution of this work is that it will serve as support material for communication professionals to delineate strategies to improve the exercise of public opinion supervision, which benefits the public and the building of a society even more just and democratic.

Keywords: China; public opinion; supervision of public opinion; television news programs; programs for the supervision of public opinion.

ÍNDICE

CAPÍTULO I. Introducción.....	16
1.1. Presentación y justificación.....	16
1.2. Método científico.....	27
1.2.1. Preguntas preliminares de investigación.....	27
1.2.2. Objeto, campo y objetivo general de la investigación.....	28
1.2.3. Tareas de investigación.....	29
1.3. Metodología de la investigación.....	30
CAPÍTULO II. Marco teórico: La opinión pública: concepto y funciones...	35
2.1. La opinión pública: cuestión filosófica e histórica, problema conceptual, base de las ideologías.....	35
2.2. La opinión pública en la construcción de las sociedades.....	50
2.3. Funciones sociales de la opinión pública.....	58
2.3.1. La opinión pública y su función del elogio.....	59

2.3.2. La función moral de la opinión pública.....	61
2.3.3. La función de integración de los valores públicos.....	63
2.3.4. La función de la supervisión social de la opinión pública.....	66
2.4. El proceso general de la formación de opinión pública.....	69
2.4.1. La particularidad de la información.....	72
2.4.2. La proximidad de la información con los públicos.....	73
2.4.3. La fiabilidad de información.....	74
2.4.4. La brecha entre la verdad y el estereotipo.....	75
2.5. El signo de la formación de la opinión pública.....	81
2.5.1. La unificación de opiniones.....	81
2.5.2. La aceptación de la mayoría de las personas.....	83
2.5.2.1. Se equilibra la sociedad.....	84
2.6. La interacción entre los medios de comunicación y la opinión pública....	86

2.6.1. La influencia de los medios de comunicación en la difusión de la opinión pública.....	86
2.6.2. El derecho de participar: el requerimiento del sujeto de la opinión pública a los medios de comunicación.....	90
2.6.3. La orientación de la opinión pública en los medios de comunicación.....	93
2.7. La Teoría del Cultivo.....	100
2.8. La supervisión de la opinión pública en China.....	102
2.9. El progreso de los programas informativos de televisión en China (desde una perspectiva general).....	121
2.9.1. La etapa difícil.....	121
2.9.2. La etapa de ajuste y mejora.....	125
2.9.3. La etapa de desarrollo de alta velocidad.....	129
2.9.4. La etapa de desarrollo diversificado.....	132

CAPÍTULO III. Análisis de los programas de supervisión de la opinión pública de China.....	136
3.1. Breve apunte sobre la configuración territorial de la República Popular China.....	137
3.2. Análisis del programa “Noticias 1+1”.....	139
3.2.1. Introducción: información sobre programa "Noticias 1 + 1".....	139
3.2.2. La definición del programa de comentario.....	142
3.2.3. El proceso del desarrollo del programa de comentario.....	144
3.2.3.1. Periodo de prueba (1980-1985).....	145
3.2.3.2. Período de exploración (1988 - 1994).....	145
3.2.3.3. El período de desarrollo (1994 hasta la actualidad).....	147
3.2.4. Las fórmulas del programa de televisión de comentario de China.....	148
3.2.5. El foro del programa “Noticias 1+1”.....	152
3.2.6. Análisis del contenido del programa “Noticias 1 + 1”.....	155

3.2.6.1. Los temas políticos.....	155
3.2.6.2. Los eventos sobre el desarrollo económico.....	157
3.2.6.3. Los temas recientes.....	158
3.2.6.4. Los temas sobre emergencias.....	164
3.2.7. Conclusiones parciales: las características del programa "Noticias 1 + 1".....	168
3.2.7.1. Los problemas del programa "Noticias 1 + 1".....	180
3.3. Análisis del programa “La investigación de noticias”.....	190
3.3.1. Introducción: información sobre programa “La investigación de noticias”.....	190
3.3.2. El periodismo de investigación: conceptos transfronterizos.....	192
3.3.3. El periodismo de investigación en los Estados Unidos como paradigma mundial.....	196
3.3.4. "60 minutes", el programa de investigación de la CBS.....	203
3.3.5. El periodismo de investigación en China.....	204

3.3.6. Los tres etapas del desarrollo del programa "La investigación de noticias".....	210
3.3.7. Análisis del contenido del programa “La investigación de noticias”.....	215
3.3.7.1. El contenido sobre los problemas en el desarrollo y la reforma del país.....	216
3.3.7.2. El contenido sobre los fenómenos sociales y la vida social.....	218
3.3.7.3. El contenido sobre la corrupción y las conductas ilegales.....	223
3.3.8. Reconocimientos de “La investigación de noticias”.....	225
3.3.9. Análisis de las características de “La investigación de noticias”.....	227
3.3.10. Conclusiones parciales: las características del programa "La investigación de noticias".....	235
3.3.10.1. Los problemas “La investigación de noticias" y posibles soluciones.....	237
3.4. Análisis del programa “Temas en focos".....	244
3.4.1. Introducción: información sobre programa “Temas en focos".....	245
3.4.2. Contexto histórico del programa "Temas en focos".....	248

3.4.3. Los premios de "Temas en focos"	248
3.4.4. Análisis sintético del programa "Temas en focos"	249
3.4.5. Conclusiones parciales: problemas y aciertos del programa "La investigación de noticias.....	268
3.4.5.1. Los problemas de "Temas en focos"	268
3.4.5.2. Causas del éxito de "Temas en focos"	272
3.5. Los problemas de los programas de supervisión de opinión pública.....	274
CAPÍTULO IV. La encuesta sobre los programas de supervisión de opinión pública. Resultados y propuestas.....	277
4.1. El objetivo de la encuesta.....	277
4.2. Alcance y método de la encuesta.....	278
4.3. Las preguntas de la encuesta.....	279
4.4. Resultados según sexo.....	280
4.5. Los grupos por edad.....	285
4.6. Los niveles de educación.....	288

4.7. La influencia de la zona geográfica y social.....	290
4.8. Los problemas de los programas de supervisión de opinión pública de china.....	294
4.8.1. La limitación de los temas.....	295
4.8.2. La falta de profundidad de los comentarios.....	296
4.8.3. La disminución del atractivo para el público.....	297
4.8.4. Se confunde la cognición pública.....	298
4.8.5. La tendencia al entretenimiento en los programas de supervisión.....	299
4.8.6. La falta de atención a los grupos de las zonas rurales y otros grupos sociales vulnerables.....	300
4.8.7. La difícil competencia con la red.....	301
4.8.8. Dificultad de la participación de la audiencia.....	302
4.9. Sugerencias para los programas de supervisión de opinión pública de China.....	303
4.9.1. Establecer un sistema de evaluación de supervisión de opinión pública.....	304

4.9.2. El partido y el gobierno deben apoyar aún más la supervisión de opinión pública.....	306
4.9.3. Los programas de supervisión de opinión pública tienen que enfatizar la responsabilidad social.....	307
4.9.4. Construir una plataforma para la comunicación entre los funcionarios y los públicos.....	308
CAPÍTULO V. Conclusiones	311
CAPÍTULO VI. Bibliografía	320
ANEXO: Información de contexto: Resumen histórico / ideológico de la República Popular China.....	347

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación y justificación

El 2 de noviembre de 1936 la primera estación de televisión del mundo comenzó a emitir con programación desde el Palacio de Alejandro en Londres: la vida cultural entró en una nueva era. El 2 de septiembre de 1958 por primera vez se difunde formalmente una estación de televisión en China: “Televisión de Beijing”. Desde la *III Sesión Plenaria del XI Comité Central del Partido Comunista de China* (22 de diciembre de 1978)¹, la televisión ha transmitido cultura y ha difundido información con una variada programación de contenidos, y es, sin duda, el medio de comunicación más importante de la República. La televisión se alzaba en cada esquina y en cada hogar, incidiendo en la vida de las personas y promoviendo el progreso de la revolución socialista de China. La televisión no llevaba solo el entretenimiento, sino que introdujo la actualidad noticiosa del país y con ella los avances en todos los sentidos.

La televisión es como una ventana abierta al mundo, como tantas veces se ha dicho, y conocemos la realidad a través de ella. Con su lenguaje audiovisual, es un medio de comunicación que nos permite construir un mensaje a través de la

¹ La III sesión plenaria del XI Comité Central del Partido tuvo una importancia trascendente en la historia del Partido Comunista y en el desarrollo de China. Significó el comienzo de la reforma de la estructura económica y de la política, llamado "Reforma y Apertura". En aquella sesión, Deng Xiaoping logró tomar las riendas del Partido. Pronunció un famoso discurso, "Liberar el espíritu, buscar la verdad en los hechos, unirse de forma unánime y mirar hacia el futuro", en el que defendió el principio marxista de buscar la verdad en los hechos y corregir los errores descubiertos del pasado.

interacción entre sonido e imagen dentro de un contexto secuencial, es decir, con ambos elementos presentes a la vez. Todo el mundo sabe que la imagen es importante por ser sumamente persuasiva. En la sociedad digital, la televisión se convierte en una nueva tendencia periodística.

Según la sabiduría popular china, “el agua puede transportar un barco, pero también puede volcarlo”. Esta expresión guarda una estrecha relación con el concepto de la opinión pública, la cual se ha convertido en una fuerza importante para mantener la estabilidad social y promover el desarrollo. En la sociedad moderna, la opinión pública se refleja tanto en los tradicionales medios de comunicación social como en Internet (convertido ya en un factor importante en el juego internacional del poder político). Muchos políticos piensan que ellos son los representantes de la opinión pública y se han convertido en un obstáculo para promover la construcción de la política democrática socialista.

La producción del periódico moderno, especialmente en el siglo XX con el surgimiento y la popularidad de los medios electrónicos, y en los últimos años, con la aparición de nuevos medios de comunicación, como Internet, ha cambiado drásticamente la conciencia del público, por lo que la información social y la opinión pública se pueden agrupar instantáneamente y difundir ampliamente. Así se ha convertido en un factor importante que influye en los procesos sociales. La generación y la desaparición de la opinión pública en un amplio rango es el resultado de la difusión de los medios de comunicación. En la sociedad de la información moderna, los diferentes tipos de públicos coexisten con una gran

cantidad de información y opiniones, no saben cómo elegir las, por lo que los medios se convertirán en sitios de navegación para obtener una información inmediata, escasamente secuenciada y con marcados objetivos de interés de grupos y personas. El conocimiento se vuelve virtual, proporcionando la posibilidad de modificar la imagen real del mundo en las mentes de los públicos. En este sentido, es imposible construir una política democrática perfecta, ni tampoco realizar una conciencia democrática ni una supervisión basadas en principios y normas de convivencia. En su obra *Periodismo y la opinión pública* (2001: 107), Hu Yu escribió que “la opinión pública es conocida como el arte de conducir a la gente y ha sido valorada por los gobernantes desde la antigüedad”. La opinión pública influye en la formación de la sociedad en casi todas partes y todo momento mediante los medios de comunicación y, entre ellos, la televisión sigue siendo trascendental.

Desde la reforma económica de China², los programas noticiosos fueron una fuerza impulsora para el desarrollo social, estaban cambiando e innovando constantemente con el fin de satisfacer las exigencias de la sociedad y las necesidades de la audiencia. Con el progreso social los intereses por la democracia eran cada vez más fuertes, pues existía el deseo de participar en las decisiones del gobierno. Los medios de comunicación se convirtieron en los

² La Reforma Económica de China fue un programa de cambios en el sistema económico del país que se inició en diciembre de 1978 por los reformistas dentro del Partido Comunista de China (CPC) y dirigida por Deng Xiaoping. La meta de la reforma económica china era transformar a la economía planificada de China en una economía de mercado.

canales más rápidos para realizar la supervisión de la opinión pública, que era y es su función más importante.

La supervisión de la opinión pública no solo es una representante importante de la democracia moderna, sino también es una forma principal de promover la construcción de la civilización política socialista. Por lo tanto, el estudio de los programas noticiosos de la supervisión de la opinión pública de China tiene un significado valioso.

Con el continuo desarrollo de la radiodifusión y televisión de China, el contenido de los programas televisivos también ha mostrado una tendencia a la diversificación. Entre ellos, los programas noticiosos de supervisión de la opinión pública son bienvenidos por sus típicos contenidos y estilos, así se convierten en una parte importante del medio televisivo. Después de más de treinta años de desarrollo, los programas de supervisión de la opinión pública tienen la función de interpretar la política, analizar los fenómenos sociales, realizar la supervisión de la opinión pública y orientarlo desde la reforma económica de China. Por lo tanto, el nivel de los programas de supervisión de la opinión pública no solo está relacionado con las necesidades de los espectadores y con el desarrollo de la industria de la radio y la televisión, sino también está relacionado con el desarrollo armónico de la sociedad. Sin embargo, debido a la intensa competencia de medición de audiencia en el campo de los medios de televisión, la escasez de talentos y muchas otras razones, los programas de supervisión de la opinión pública de China presentan una serie de problemas,

tales como: la ausencia de comentarios, el error de juicio, el pobre tratamiento de la clase social débil (campesinos y personas vulnerables que no cuentan con un contenido suficiente). Por lo tanto, el análisis de los programas televisivos de supervisión de opinión pública de China, objetivo de esta tesis, se enfoca en los estilos exclusivos y las características del contenido, pues se determina su importante función y fundamentalmente su valor. Además se proponen acciones para resolver los problemas que existen hoy día, con el fin de que se cumplan los objetivos particulares que se persiguen con este tipo de programa.

La supervisión de la opinión pública se refiere a que el público ejerza un control relacionado con los funcionarios, las figuras públicas y las actividades del gobierno a través de los medios de comunicación.

Esta supervisión incluye la revelación, la crítica, la evaluación y la proposición de vías y métodos para resolver sus inquietudes. Los medios de comunicación transmiten las informaciones del gobierno al público, luego el público las juzga y evalúa. Sobre esta base se forma la opinión pública que se presenta mediante los medios de comunicación, así se logra el propósito de restricción y supervisión. Esto es una supervisión democrática. En este caso, los medios de comunicación son puentes entre sujeto y objeto. La opinión pública solo se difunde extensamente a través de los medios de comunicación con el fin de lograr una supervisión y restricción de abajo hacia arriba. La supervisión de noticias es una forma común e importante de la supervisión de la opinión pública en la etapa actual de China.

En el contexto de los nuevos medios de comunicación, el “cómo evitar las debilidades” se convierte en una pregunta preocupante. Este trabajo intenta investigar la relación entre los programas de supervisión de opinión pública en China por regiones, género, edad, y nivel de cultural, centrándose en el análisis de la situación actual y la contribución de estos programas. Finalmente se discute las dificultades y limitaciones en el proceso de desarrollo de los programas de supervisión de la opinión pública en China con el propósito de realizar sugerencias y proponer ciertos métodos para la prosperidad de la industria de la radio y la televisión. Ahora, en la sociedad actual, existe una intensa competencia en China, país que se halla en un período esencial de transformación por los conflictos entre ricos y pobres y por los problemas del medio ambiente que son acuciantes debido a la inmensa cantidad de fábricas y por la falta de compromiso de los que deben preocuparse por tan importante situación. Es aquí donde debieran enfocarse los programas de supervisión en aras de resolver problemas apremiantes que inciden en la vida de los habitantes de China.

Si se quiere fortalecer y mejorar la supervisión de la opinión pública, los periodistas deben mantener estrechos vínculos con los diferentes tipos de público: interactuar con ellos, comprender sus opiniones y trabajar sobre la base de sus necesidades.

La supervisión de la opinión pública es un elemento para desarrollar la democracia, mejorar el sistema legal socialista y salvaguardar la estabilidad

social. Actualmente, la supervisión de la opinión pública tiene al menos tres funciones:

- La primera función es la evaluación: los medios de comunicación desenmascaran ciertas informaciones falsas a través de la supervisión de la opinión pública, luego los diferentes tipos de público las juzgan. Esta es una fuerza poderosa y positiva de controlar a través de la sociedad, la cual ayuda a prevenir y reprimir la aparición de comportamientos incorrectos y de tipo inmoral.

- La segunda función es el pronunciamiento: en la actualidad, la economía socialista de China se desarrolla incesantemente, la forma de organización social y la estructura del empleo han experimentado un gran cambio. Entonces los diferentes grupos sociales tienen variadas opiniones. Existen algunos fenómenos negativos y de corrupción en la sociedad, lo que conlleva el descontento de los diferentes públicos. El refuerzo y mejoramiento de la supervisión de la opinión pública beneficia la liberación de las opiniones y emociones de los públicos para evitar la acumulación y el brote repentino de sus descontentos.

- La tercera función es la advertencia con el fin de aconsejar, prevenir, advertir al público acerca de su papel en la sociedad. Al mismo tiempo, los diferentes tipos de público pueden reconocer la fuerza de nuestro país en aras de resolver gradualmente los fenómenos negativos en el proceso del desarrollo social y económico. En otras palabras, es el papel que juega la supervisión de la opinión

pública en la República Socialista China: supera las deficiencias en el trabajo, consolida la relación entre el gobierno y los diferentes tipos de público y acelera el proceso de reforma, objetivos que persigue todo tipo de sociedad socialista. Esto significa que nuestra supervisión de la opinión pública no es destructiva, sino constructiva, y debe esforzarse por lograr cuatro beneficios:

- desarrollar la democracia socialista y el mejoramiento del sistema legal;
- conocer las opiniones de los diferentes públicos para una mejor relación entre estos y el gobierno;
- mantener una buena imagen del partido y del gobierno;
- prestar atención en la formación de la conducta correcta, en aras de mantener la estabilidad de la sociedad.

Si bien es cierto que el interés por el conocimiento de las preferencias o tendencias de los individuos de una sociedad hacia hechos que captan particularmente su atención ha sido una constante desde siempre, como por ejemplo el concepto de la *doxa* griega tan desarrollada por Platón; por la *vox populi* medieval; o por *El príncipe* de Nicolás Maquiavelo, se estaría reduciendo la supervisión de la opinión pública al afán de parte de los gobernantes de conocer qué y cómo piensan los ciudadanos. Sin embargo, es innegable que la opinión pública implica mucho más, como se ha tratado de demostrar con lo expuesto anteriormente. De manera que, considerando esos textos fundadores del concepto, es necesario seguir su evolución en textos más o menos

contemporáneos. Sin embargo, para centrar el interés en sentido amplio de la opinión pública en un mundo en ascenso y desarrollo, la bibliografía encontrada no es tan abundante como en un principio se esperaba. A pesar de eso, los trabajos que aportan mayores elementos teóricos aplicables a esta investigación son, entre otros: *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, de Jürgen Habermas; *La opinión pública*, de Walter Lippmann; *Opinión pública y medios de difusión* (1982), de Luis Aníbal Gómez; *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea* (1989), de R. Fernández; *La opinión pública* (2007), de Giorgio Grossi; *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, (2000), de Denis McQuail; *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social* (1995), de Elisabeth Noelle-Neumann; *La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio* (1995), de Raúl Rivadeneira; *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad* (1988), de Lorenzo Vilches, entre otros. Como se puede observar, los títulos mencionados no son en su mayoría recientes, por lo que consideramos que existe la necesidad de actualizar aún más el estudio en función de las dimensiones que se unen para comprender en su totalidad el mundo de la supervisión de la opinión pública. La verdad es que este dilema es una constante en las Ciencias de la Comunicación, un área de conocimiento en continua revisión y construcción. Ya en 1957, el sociólogo austriaco Paul K. Lazarsfeld (1901-1976) advirtió lo siguiente:

“The speculative approach to public opinion characteristic of the last century and the current empirical approach may be seen as supplementary rather than antithetical. Modern research techniques can confirm and develop notions advanced by classical writers, while authors such as Dicey and Bryce can help direct present-day researchers to significant problems and suggest new ways of analyzing empirical data. Merging of the two approaches will hasten the development of a more adequate theory of public opinion”³ (Lazarsfeld, 1957: 40).

Esto, unido a toda la situación expuesta anteriormente, apunta hacia la necesidad de buscar alternativas para contribuir a un mejor proceso de supervisión de la opinión pública, bajo las exigencias de este espacio-tiempo histórico. La bibliografía utilizada, no obstante, ha sido mucho más amplia que la mencionada en el párrafo anterior y situar el tema de esta investigación nos ha obligado a una búsqueda bibliográfica que cumpliera con la completud del contraste entre autores, enfoques, culturas y aportaciones generales y específicas. Es evidente también que la mayoría de la bibliografía en esta investigación corresponde a autores occidentales pero también se han incluido aquellos autores chinos que enfocan la cuestión en la propia sociedad en la que se inserta.

Luis Aníbal Gómez resume que "las tendencias individuales, creadas o sostenidas por los medios de difusión, para expresar las opiniones personales en público o

³ Traducción: "El enfoque especulativo de la opinión pública característica del siglo pasado y el enfoque empírico actual pueden verse como algo complementario en lugar de antitético. Las técnicas de investigación modernas pueden confirmar y desarrollar nociones avanzadas por escritores clásicos, mientras que autores como Dicey y Bryce pueden ayudar a dirigir a los investigadores actuales a problemas significativos y sugerir nuevas formas de analizar datos empíricos. La fusión de los dos enfoques acelerará el desarrollo de una teoría más adecuada de la opinión pública" (Traducción de la autora).

bien guardar silencio, influyen entonces en un proceso en espiral que fue denominado *clima de opinión* desde el siglo XVII y, desde el XVIII, la *opinión pública* (Gómez, 1982: 250).

Sin embargo, es innegable que la opinión pública implica mucho más (por ejemplo, la comunicación política), como se ha tratado de exponer. A este respecto, debido a su abundancia en Occidente y debido a la aparición en China de muchas obras sobre el tema, la selección bibliográfica para esta investigación ha sido un trabajo arduo y principal, así como la lectura y la orientación teórica de este trabajo. No se trataba de repetir lo ya dicho, sino de estudiarlo y sintetizarlo para construir los marcos teórico y metodológico necesarios. He estudiado obras en inglés, chino y español y llama la atención que las más importantes no son recientes, son obras casi podríamos decir que fundacionales y que han inspirado a otros muchos investigadores sin que las aportaciones sean muy novedosas.

Tal vez exista la necesidad de actualizar aún más el estudio en función de las dimensiones que se unen para comprender en su totalidad el mundo de la supervisión de la opinión pública. Esto, unido a toda la situación expuesta anteriormente apunta hacia la necesidad de buscar alternativas para contribuir a un mejor proceso de supervisión de la opinión pública, bajo las exigencias de este espacio/tiempo histórico.

Por último, es evidente que el concepto de "opinión pública" está indisolublemente unido al de periodismo ya que ambos interactúan a priori y a posteriori. En esta investigación no vamos a tratar temas ya discutidos o debatidos por la gran comunidad académica y profesional. Pero asumimos las críticas a los aforismos tomados como dogmas que se emplean en el concepto del periodismo, como la de Charles P. Scott enunciado en 1921: "Comment is free, but facts are sacred" (las opiniones son libres, pero los hechos son sagrados"). De una norma de redacción se hizo un teorema casi dogmático y rebatido convenientemente ya hace tiempo (Schiller, 1975: 84-86).

1.2. Método científico

1.2.1. Preguntas preliminares de investigación

Es importante tener en cuenta aspectos importantes como lo siguiente: China presta gran atención a los programas de supervisión de la opinión pública. En la reforma de los programas de noticias, la medición de audiencias se convierte en la regla por excelencia para valorar la calidad. Si un programa tiene un alto respaldo de la audiencia se considera que es un buen programa y que puede satisfacer la necesidad de los públicos. Si no, se deja de programar por el canal correspondiente. Aunque la aportación de medición de audiencias en el análisis del mercado de la publicidad y desarrollo de programas es enorme, no se puede convertir en la única regla para valorar la calidad de los programas porque sólo puede mostrar el número de telespectadores, pero no puede proporcionar

información sobre su la satisfacción. Así es que cabría preguntarse: ¿son objetivos y ajustados los contenidos de los programas de supervisión de opinión pública? ¿Carecen de autenticidad? ¿Es cierto que muchos programas de supervisión de opinión pública se enfocan en la publicidad y no en satisfacer los derechos de los espectadores?

Los espectadores de diferentes zonas y de diferentes niveles de educación participan en los programas de supervisión de la opinión pública. ¿Los que están en las zonas desarrolladas y que tienen alto nivel de educación participan más en exigir sus derechos de supervisión de opinión pública?

Ante el problema planteado surge también la última pregunta:

- ¿Cómo contribuir al perfeccionamiento de los programas de supervisión de la opinión pública en China?

1.2.2. Objeto, campo y objetivo general de la investigación

- **Objeto:** Analizar los programas de supervisión de la opinión pública en China.

- **Campo:** La supervisión de la opinión pública en los programas de la televisión china (CCTV) de tipo informativo titulados *Noticias 1+1*, *La investigación de noticias* *Temas en focos*

- **Objetivo general:** Estudio de la supervisión de la opinión pública en China por medio del análisis de tres programas informativos con audiencia mayoritaria y

consolidada y propuesta de un sistema de acciones que contribuya al perfeccionamiento y a la eficiencia de los programas de supervisión de la opinión pública en China.

Para lograr el cumplimiento de este objetivo general, después de las preguntas preliminares, se delimitan las siguientes interrogantes científicas para la investigación:

1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos y metodológicos que sirven de base a la supervisión de la opinión pública en China?
2. ¿Cuál es el estado actual de la supervisión de la opinión pública en China?
3. ¿Qué elementos debe contener un sistema de acciones para el perfeccionamiento y la eficiencia de los programas de supervisión de la opinión pública en China?

1.2.3. Tareas de investigación

Se proponen las siguientes tareas de investigación:

1. Sistematización de los referentes teóricos y metodológicos que sirven de base a la supervisión de la opinión pública en China.
2. Caracterización del estado actual de la supervisión de la opinión pública en China.

3. Elaboración de un sistema de acciones que contribuya al perfeccionamiento y la eficiencia de los programas de supervisión de la opinión pública en China.

1.3. Metodología de la investigación

El método dialéctico materialista como procedimiento científico de conocimiento del mundo, que se apoya en los datos, observaciones y resultados, sirve de base a esta investigación y proporciona las fuentes teóricas y científicas necesarias para la comprensión del fenómeno objeto de estudio, y permite descubrir la esencia de este objeto, sujeta a modificaciones por consecuencia natural del desarrollo (Lefebvre, 2013; Gortari, 1970).

Otros métodos utilizados pertenecen al nivel teórico. Entre ellos cuentan los siguientes:

A) Métodos del nivel teórico:

► **Histórico - Lógico:** Sirvió para la caracterización de los programas de supervisión de la opinión pública de la televisión china (CCTV) y de aspectos metodológicos relacionados.

► **Método de Análisis - Síntesis:** Se empleó en la valoración de los referentes teóricos y metodológicos de la supervisión de la opinión pública, en el procesamiento de datos y en la elaboración del resumen a partir de la selección de los elementos más relevantes de esta investigación.

► **Inductivo - Deductivo:** Facilitó el manejo de datos relacionados con hechos particulares válidos sobre la supervisión de la opinión pública en los programas seleccionados.

► **Sistémico - estructural:** Posibilitó la guía consecuente del proceso hacia la solución del problema planteado.

► **Análisis de contenido televisivo:** se abordan los modos de investigación de análisis de contenido adaptado al medio televisivo (Abruzzese y Miconi, 2002), desde los datos de audiencias hasta el contenido de la programación y sus contexto (Casetti y de Chio, 1999), así como el análisis motivacional (Maslow, 1999)

B) Métodos del nivel empírico

Esta tesis tiene una segunda base de investigación empírica como es la realización de una encuesta de tipo cuestionario. Según Johan Galtung (1968, Tomo I, p. 89), el método de encuesta puede ser bastante estático. La encuesta es como una instantánea de opinión pero no revela los cambios sociales en una sociedad concreta, por lo que la encuesta no será útil para detectar cambios bruscos y de gran magnitud, que son muy frecuentes en las sociedades. Pero ese no es el caso de nuestro estudio porque, como teoriza Lazarsfeld), la técnica de la encuesta es un método para indicar que el investigador no se guía por sus propias suposiciones y observaciones, sino que busca las actitudes y del público para servir de guía y exploración para llegar a ciertas conclusiones

(Lazarsfeld, 1971: 193-194). Para Lazarsfeld, el potencial de las encuestas es su capacidad de conseguir ciertas evidencias objetivas para la interpretación histórica de las sociedades. En esta tesis, la encuesta realizada sirve como complemento necesario para documentar opiniones en una muestra poblacional y en un momento concreto que disminuya el posible sesgo interpretativo y subjetivo de esta investigadora. A continuación, se especifican los datos de la encuesta realizada.

► **Datos de la encuesta:** se realizó una encuesta con formato de cuestionario a 3329 personas de diferente edad y sexo, distribuidas en áreas rurales y urbanas de China, para determinar algunas particularidades en relación con la percepción que se tiene de los programas de supervisión, así como para indagar acerca de la influencia de aspectos como su formación académica y profesional, entre otros.

► **Población y muestra:** La selección de la muestra fue aleatoria. De un total de 3500 entrevistas enviadas, se computaron 3329, cifra que corresponde a la cantidad de cuestionarios respondidos y devueltos, lo que representa un 96%.

► **Las preguntas:** se trata de cuatro preguntas sencillas, lo que posibilita un mayor grado de fiabilidad deductiva y otras dos, las últimas, que requieren un breve razonamiento, lo que obliga a un tratamiento interpretativo de resultados. Las preguntas fueron las siguientes:

1. Sexo
2. Edad
3. Nivel de estudios
4. Ciudad de residencia
5. ¿Le gustan los programas de supervisión de opinión pública de China?
Por favor, argumente brevemente la razón en caso afirmativo o negativo.
6. ¿Tiene alguna propuesta para mejorar los programas de supervisión de opinión pública de China? Por favor, expóngala brevemente.

► **Análisis de datos estadísticos:** Se utilizó en el análisis e interpretación de los datos obtenidos a partir de las encuestas. Todas las preguntas del cuestionario son preguntas de respuesta breve y abierta, por lo que el análisis es cuantitativo en cuanto a los datos que se obtienen de participación y preferencias. El segundo método de interpretación de la encuesta es cualitativo.

Otros métodos empíricos:

► **Entrevista no estructurada a especialistas y expertos:** Permitió conocer el criterio de profesionales capacitados en la temática (periodistas del departamento de noticias, presentadores y redactores de los programas).

► **Estudio documental:** Permitió obtener información valiosa sobre los programas analizados y demás aspectos de interés para esta de investigación.

El **aporte fundamental** de esta investigación es que puede permitir a los profesionales de la comunicación conocer más sobre la situación actual de los

programas de supervisión de opinión pública en la República Popular China y delinear futuras estrategias para dirigir adecuadamente la supervisión de la opinión pública, en función de un trabajo con mayor eficiencia que cumpla con las expectativas del público.

CAPÍTULO II. Marco teórico. La opinión pública: conceptos y funciones

2.1. La opinión pública: cuestión filosófica e histórica, problema conceptual, base de las ideologías

"La opinión pública fue llamada el arte de la gestión de las personas, desde la antigüedad se le prestó atención por los gobernantes" (Yu Hu, 2001: 107). En la sociedad moderna, "la opinión pública" es un concepto y una expresión central del discurso político, tanto en política nacional e internacional, y forma el núcleo del vocabulario central del discurso. Se ha convertido en una idea que se visualiza como realidad genérica y constituye un poder y una fuerza importante para mantener la estabilidad social y promover el desarrollo social. Aunque la opinión pública contemporánea ocupa una posición importante en la vida social y política, la noción sigue siendo, por genérica, por difícilmente comprobable, por ser una herramienta del poder, difusa para los ciudadanos corrientes. Los políticos destacan siempre la importancia de la opinión pública y en muchas ocasiones utilizan el concepto como verdadero utensilio para controlar el pensamiento de la gente y para tener los suficientes argumentos para las decisiones de gobierno.

Adentrarse en el estudio de la "opinión pública" es sumamente complejo y es necesario no repetir lo ya dicho por teóricos reconocidos porque extendería nuestra investigación sin aportar nada de interés. Lo que es necesario es enfocar

nuestro estudio desde una perspectiva sintética partiendo de conceptos ya definidos y analizados por principales pensadores y académicos, asumiendo que el concepto tiene esa doble vertiente causal y consecuente en la política y el gobierno de las naciones y que, como estrategia que es, necesita de dos factores comunicativos esenciales: la llamada comunicación política y el análisis de los medios de comunicación. Ambas realidades se insertan en las sociedades modernas como señas inexcusables de identidad y el poder siempre aspirará a su control y uso. Como escribió Jürgen Habermas

"En las sociedades modernas se solapan muchas opiniones públicas espacialmente diferenciadas y objetivamente especificadas, que convergen a nivel nacional en una opinión pública cultural y política mediada por los medios de comunicación de masas. Las opiniones públicas nacionales se ven atravesadas y a la vez complementadas por flujos de comunicación de dimensión mundial" (Habermas, 2002: 317).

Pero Habermas va más lejos cuando advierte que la opinión pública puede revolverse como concepto y adoptar una realidad esperanzadora para la sociedad civil:

"Este espacio público es la caja de resonancia de problemas sociales de alcance global que ya no pueden ser percibidos desde la perspectiva de sistemas autorreferenciales cerrados. Por lo tanto, la difusa red que forma una opinión pública anclada en la sociedad civil es el lugar donde las sociedades altamente complejas pueden formar todavía una conciencia de sí mismas y tratar los problemas que son precisos para tener influencia política sobre sí mismas" (Habermas, 2002, 317)

Lo que nos plantea Habermas es muy importante porque el concepto mismo de "opinión pública" contiene, como las dos caras de una misma moneda, dos realidades bien distintas: "las mismas disonancias se dan hoy en la opinión pública política como fuerza motriz de la institucionalizada diferencia de opiniones o como estímulo de los movimientos sociales" (Habermas, 2002, 219)

Esta investigación se centra en una cultura muy lejana, como es la china, a las sociedades democráticas occidentales. Pero la reflexión filosófica de Habermas es aplicable al conjunto de sociedades de nuestro planeta.

Gracias a la apertura de “puertas” entre China y el resto del mundo después de la dinastía Qing⁴, se produjo una influencia gradual en China del pensamiento occidental. En el proceso de agresión de los países europeos⁵, las culturas china y occidental se intercambiaron con mucha fuerza, y es así como las ideas democráticas occidentales entraron en China. Después del intercambio constante en el ámbito cultural, se redujo paulatinamente la discriminación del nivel social, y la opinión pública china comienza a moverse más cerca del significado real de la opinión pública occidental.

⁴ La dinastía Qing fue la última dinastía imperial de China. Se estableció en 1636 y gobernó China desde 1644 hasta 1912. Estuvo precedida por la dinastía Ming y sucedida por la República de China. La dinastía Qing se extendió en un tiempo de tres siglos y formó la base territorial para el estado chino moderno. Desde la Edad Media de Europa, los europeos conocían las riquezas del imperio chino. Pero debido a su rapacidad, China se fue cerrando al extranjero desde el siglo XVI.

⁵ Para lograr la apertura al comercio europeo, China sufrió dos guerras: la Primera Guerra del Opio (1839-1842) y la Segunda Guerra del Opio (1858-1860).

En el inglés moderno, la expresión correspondiente a opinión pública es “public opinion”, pero esta aparece después del siglo XVIII. En inglés, “opinion”, es la primera palabra similar al significado de “opinión pública”. Tanto en inglés como en francés, la etimología de “opinión pública” se asocia al latín, y tiene el mismo sentido que el concepto *doxa* de Platón y la palabra *meine* de Hegel⁶, porque en Platón reconoce Hegel la primera elaboración de la dialéctica especulativa (Gadamer, 2000: 15) y se refiere a que la gente da un juicio incierto en el caso en que todavía no logra una demostración plenamente. Este juicio para Hegel, como para Platón, no se corresponde a la verdad y tampoco a la racionalidad lógica. "Con su propio método dialéctico Hegel pretende haber reivindicado el método platónico de dar cuenta o razón, de efectuar la prueba dialéctica de todas las suposiciones sobre un problema" (Gadamer, 2000: 13).

Por su parte, el filósofo vienés (aunque nacionalizado británico) Karl Popper (1902-1994), analiza ampliamente la herencia influyente de Hegel y acude a la siguiente cita de Hegel:

⁶ La filosofía de Georg Wilhelm Friedrich Hegel (Alemania, 1770-1831) está influida por la dialéctica de los filósofos griegos, sobre todo Platón y Aristóteles, por la Revolución Francesa (1789) y por el pensamiento de Immanuel Kant (1724-1804). La Revolución Francesa cambió la política europea y su discurso, conceptos como libertad, dignidad, derechos humanos adquieren contenido. De Kant le influyó su revolucionaria teoría del sujeto libre y lo une con esa idea ilustrada del progreso. La filosofía de Hegel fue la primera reflexión contemporánea que define la historicidad como indispensable método para analizar la realidad. Como bien sabemos, Hegel provocó dos ramas de seguidores filosóficos y políticos: los de "derecha", conservadores europeos que defendieron la restauración monárquica tras las guerras napoleónicas; y los de "izquierda", los "jóvenes hegelianos", que defendieron el laicismo y la democracia liberal y, entre ellos, surgió Carlos Marx que, como filósofo, acoge el método dialéctico hegeliano (marxismo). Por tanto, la figura de Hegel es fundamental para comprender el mundo desde el siglo XIX.

"En la opinión pública todo es cierto y falso a la vez, pero corresponde al Gran Hombre descubrir la verdad. El Gran Hombre de su tiempo es aquel que expresa la voluntad de su tiempo: aquél que dice a su época lo que quiere y lo lleva a cabo. El Gran Hombre actúa de acuerdo con el Espíritu y Esencia interiores de su época, materializándolos. Y aquel que no sepa *cómo despreciar la opinión pública*, según se deja oír aquí y allá, jamás llegará a ser nada grande" (Hegel, en Popper, 2015: 206).

Esta excelente descripción del Conductor como publicista, dice Popper, se halla combinada con un refinado mito de la Grandeza del Gran Hombre, "que consiste en su carácter de instrumento sobresaliente para realizar el Espíritu en la Historia" (un concepto absolutamente platónico). En la misma obra, "La sociedad abierta y sus enemigos", y mucho más adelante, Popper deja constancia de la influencia de Hegel en Karl Marx (1818-1883) acudiendo a una cita literal del filósofo Marx: "Saludo a la crítica científica, por dura que sea. Pero ante los prejuicios de la llamada opinión pública, prefiero aferrarme a mi máxima: sigue tu camino y déjalos que hablen" (en Popper, 1068). Como podemos comprobar, tanto Hegel como Marx ejercieron una cierta influencia contra la opinión pública que Karl Popper consideró como antidemocrática. Sin embargo, sabemos que aquellos dos filósofos principales dieron origen a las principales ideologías que configuraron el mundo a partir del siglo XIX.

Antes de que la "opinión" se convirtiera en "opinión pública", la idea de "opinión general" ha sido la más popular. Después del siglo XVIII, bajo de la influencia de la Ilustración, la opinión pública consigue popularidad, se centra con mayor énfasis en el público, que pone en práctica su capacidad de juzgar los eventos

sociales. En este supuesto, el público resulta racional y educado, además, con gran conocimiento sobre los eventos.

La opinión pública fue utilizada ampliamente por el filósofo suizo francófono Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), quien es considerado uno de los pensadores más prominentes del siglo XVIII y con gran influencia posterior. Como representante del movimiento de la Ilustración y portavoz de los públicos en general, definió los derechos humanos como contrarios a los privilegios de alto rango y de la monarquía; en cambio, abogó por la soberanía popular. En 1762, Rousseau vinculó los conceptos “opinión” y “público” en su obra *El contrato social*, publicado en 1762, afirmando en ella la enorme fuerza de la opinión pública. Rousseau creía que la opinión pública es una ley que está fuera de las leyes reales, no está grabada en el mármol, ni está grabada en una hoja de cobre, pero sí en el corazón de los públicos. La "opinión pública", según Rousseau, forma el verdadero estatuto de un país, y cada día consigue nueva fuerza, mientras otras leyes perecen poco a poco, ella puede resucitar o sustituir esas leyes, también puede mantener el espíritu de la creación de una nación, además, puede reemplazar el poder de la autoridad por la fuerza de la costumbre. Aquí la fuerza de la costumbre es hábito, especialmente el de opinión.

Tanto Hegel como Marx tuvieron en consideración la herencia roussoniana. En su *Contrato Social*, Jean-Jacques Rousseau (1712-1778) llegó a la conclusión de que la opinión pública es un instrumento del Estado al servicio de la voluntad general en su modelo de sociedad ideal. Pero el concepto de "voluntad general"

anula la opinión individual, por lo que la "opinión pública" se diluye en Rousseau por la falta de sentido. El concepto de "voluntad general" es lo que garantiza el desarrollo de esa utopía porque la participación total de los ciudadanos en los asuntos de carácter público traería consigo una concepción democrática de la opinión pública, pues si el contrato retoma en sí mismo la libertad y la verdad del estado de naturaleza la opinión pública se constituiría ahora como libre y colectiva, un espacio de discusión ilimitado. A este respecto, la investigadora Helena Béjar reflexiona:

[...] seguiremos la hipótesis de Habermas que «descubre» que la opinión a la que Rousseau se refiere en *El contrato social* no tiene nada de pública, sino todo lo contrario [...] Así, cabe preguntarse: ¿Dónde queda este sujeto que ha entregado al ser público su personalidad, su libertad, su moral y se ha tachado a sí mismo en aras de una comunidad que siente como profundamente suya en tanto que conjunto de voces, dónde queda si su juicio, su criterio, su sentir tampoco van a ser suyos? [...] “la opinión pública pierde el carácter liberador y racional que tenía en los círculos dieciochescos y se convierte en aclamación constante de la voluntad general ante un Estado cuya perfección no se cuestiona. La crítica de los grupos se considera traición y crimen, la opinión pública es la propia voz del Estado que se caracteriza por su extensión en todas las esferas y se hace portavoz de una comunidad que ha logrado unir en una armonía absoluta política, moral y naturaleza, identificar hombre y ciudadano” (Béjar, 1892: 78 y 82).

Walter Lippmann (2003 [1922]) creía que en nuestras vidas hay dos mundos: uno es el mundo real, el otro es el retrato del mundo real que se produce en la mente, es decir un mundo virtual. Sin embargo, a menudo se cree en el mundo de las mentes casi como el real. En algunos casos, el mundo que deberá reconocer y el

mundo que ya ha reconocido son contrarios. En lo intangible que se siente y su retrato en el cerebro, está la opinión pública. Cuando la gente trabaja, siempre es influida por la opinión pública, pero según insiste Lippmann, es difícil definir qué es la opinión pública (Lippmann, 2003: 14). Sin embargo, a pesar de esa dificultad, ha habido desde el siglo XVIII definiciones de la opinión pública como la del filósofo alemán Christian Garve (1742-1798), quien en 1799 la definió como “el consenso de la mayoría de los ciudadanos de un país que se obtiene después de conocer completamente un evento” (cit. en Wang, Zhu y Bi, 2004: 65).

Esta antigua definición resulta incompleta después de la aportación decisiva de Walter Lippmann con su obra, publicada en 1922, *La opinión pública*. Lippmann quiso mostrar que esa premisa aceptada por la teoría democrática de que la democracia se sostiene por "ciudadanos omniscientes" que, gracias a la prensa, son capaces de actuar con juicios racionales y razonados sobre asuntos públicos, con la condición de que alguien les informe y explique los "hechos", tenía fisuras muy profundas, es decir, no se sostiene. Y, además, Lippmann refutó la idea aceptada de que primero percibimos y después definimos dándole la vuelta: primero definimos y después percibimos. Es decir, los prejuicios, los estereotipos, las experiencias emocionales son previas a la racionalidad y determinan los juicios:

"Nuestra opinión pública está en contacto permanente con complejos de todo tipo; ambiciones, intereses económicos, animosidades personales, prejuicios raciales, sentimientos de clase y todo lo que nos podamos imaginar. Todos estos factores distorsionan de muy diversas maneras lo que leemos, pensamos y decimos, así como nuestro comportamiento" (Lippmann, 2003: 83)

De este modo, Lippmann refutó las definiciones simples sobre la opinión pública, como la definición de Garve mencionada en el párrafo anterior. Ahora las definiciones académicas de opinión pública son bastante más complejas, incluso difusas, como la ofrecida por el profesor José María Rubio Ferreres:

"La opinión pública es un fenómeno comunicativo y psicosocial que depende del contexto histórico y sociocultural. Depende del tipo de sociedad y de los intereses políticos del momento; al mismo tiempo que es producto de varios factores: de la personalidad de los individuos, de los estratos sociales, de la forma de gobierno, del sistema educativo imperante, de la acción de los medios de comunicación, etc." (Rubio Ferreres, 2009: web).

Jürgen Habermas (Düsseldorf, 1929) es uno de los más influyentes filósofos y sociólogos occidentales desde el siglo XX. Habermas propuso la teoría del "espacio de debate público", y analizó detalladamente el origen, la función y el estado de la opinión pública en esta teoría. Habermas presentó un concepto importante: "esfera pública" (o espacio público). En su obra *Historia y crítica de la opinión Pública. La transformación estructural de la vida pública*, publicada en 1962 (en el capítulo de Bibliografía, 1994) fundamental para entender los fenómenos comunicativos en la sociedad contemporánea, Habermas pensó que hay una "esfera pública" entre el Estado y los individuos. Esa esfera pública no

es tangible, sino un lugar para el debate de los públicos, también una zona común en que se forma el sentimiento y pensamiento de los públicos. Esta esfera pública está vinculada con la voluntad común de los miembros de la sociedad, y es una herramienta de salvaguarda de la libertad de los públicos. La esfera pública no es el mercado, tampoco es el Estado, sino una opinión de tipo discursivo y que representa a públicos y que no se puede identificar ni con el mercado ni con el gobierno. Y es precisamente esa autonomía lo que otorga una cierta independencia y legitimidad a la opinión que se genera en esa esfera pública: “La esfera de lo público que eventualmente también se engarza con el debate crítico de asuntos políticos se convierte definitivamente en la esfera en la cual la sociedad civil refleja y expone sus intereses” (Habermas, 1994: 172)

Habermas explica que esa esfera pública, que es política, surgió gracias a dos hechos fundamentales: a) el desarrollo de la prensa periódica; b) el desarrollo de centros de sociabilidad. Respecto al primero, Habermas cree que la aparición en la Europa de finales del siglo XVII de ciertas revistas periódicas con contenidos críticos culturales, sociales y políticos fue el germen de la llamada opinión pública que se origina por el conocimiento y la exposición de diferentes visiones. Sobre el segundo hecho, y en la misma época, Habermas se refiere al surgimiento de salones burgueses en los que se discutían hechos e ideas en un ambiente político ilustrado que de algún modo fue propicio al debate. Y fue en la Inglaterra del siglo XVIII donde se dieron las condiciones más favorables para todo ello.

Por tanto, Habermas teoriza que la sociedad civil y su esfera pública fueron el germen del actual Estado de derecho que se caracteriza por:

1. El reconocimiento de la discusión y el debate público
2. El surgimiento de la publicidad de ideas e ideologías
3. La libertad de prensa como garantía de la validez de la opinión pública en la esfera pública, conceptos ambos que no son sinónimos sino complementarios y también paradójicamente enfrentados.

La teoría de Habermas sobre la opinión pública puede resumirse en el concepto de la voz de la sociedad civil que se gesta en el espacio público y que actúa como vínculo inexcusable entre la sociedad democrática y el gobierno. Por esta razón, Habermas considera que el discurso generado por la esfera pública debe ser racional, con informaciones veraces y libertad de opinión. Son los medios de comunicación los que pueden crear esta realidad o destruirla y, en este caso, la sociedad civil debe establecer los necesarios límites.

Aun teniendo en cuenta la afirmación de McQuail de que "el poder de los medios puede variar con el tiempo" (McQuail 2000: 501), lo cierto es que ese poder existe aunque siga habiendo diferentes reflexiones y variados debates sobre la naturaleza y las consecuencias de esos efectos. Mauro Wolf sintetiza las posturas y enfoques de investigación con estas palabras: "toda la historia de la investigación comunicativa se ha visto determinada de varias maneras por la oscilación entre la

actitud que detecta en los medios una fuente de peligrosa influencia social, y la actitud que mitiga este poder, reconstruyendo la complejidad de las relaciones en las que los media actúan" (Wolf, 2001: 9). Es indiscutible que los medios de comunicación ejercen un poder real en las sociedades del mundo actual y que los efectos de esa influencia son, como indica Wolf, protagonistas de la mayoría de las investigaciones en Comunicación, con variados estudios empíricos que puedan confirmar el vínculo existente entre los medios y la opinión pública.

Como se ha mencionado antes, la formación de la teoría que respalda la opinión pública ha atravesado un largo proceso de desarrollo. En China y el mundo occidental, la opinión pública se ha considerado siempre como una fuerza vital en la vida social. En la sociedad moderna, la opinión pública es foco de interés para los políticos y pensadores por su fuerte carácter revolucionario: "Generaciones de filósofos, juristas, historiadores, politólogos e investigadores del periodismo se han tirado de los pelos intentando formular una definición clara de la opinión. [...] Se ha disuelto cada vez más hasta volverse totalmente inútil a efectos prácticos" (Noelle-Neumann, 1995: 83). Pero aunque el concepto de opinión pública sea confuso y todavía difícil de definir y mucho menos con una aceptación universal, los públicos conocen muy bien el papel y la función de la opinión pública, cuentan de forma activa en la iniciativa y se reconoce cada vez su papel en el estado de una "opinión pública" y el concepto tiene realmente un significado (Price, 1994: 18).

En el siglo XXI, ya sea en la política o en los negocios, no se atiende la opinión pública, no se respeta a la gente, que no puede entender plenamente la situación de la sociedad, y así es difícil tener éxito. Si se observa con atención se encontrará que en el largo proceso de evolución de la opinión pública aparecen las siguientes características:

- En primer lugar, la opinión pública representa un poder espiritual para mantener a la sociedad tribal en la etapa temprana. Desde la generación de la opinión pública, que es una especie de mecanismo de control, las personas son naturalmente animales sociales. En las sociedades primitivas, la especie humana tuvo que unirse en grupos para luchar con la naturaleza, y la fuerza espiritual más fuerte que mantiene el grupo es la opinión pública. Friedrich Engels dijo: “En una palabra, el régimen de la gens, fruto de una sociedad que no conocía antagonismos interiores, no era adecuado, sino para una sociedad de esta clase. No tenía más medios coercitivos que la opinión pública” (Engels, 1884: 92). Por supuesto, en ese momento histórico la opinión pública no tiene el mismo sentido que el que se le concede en la sociedad moderna, sólo puede decirse que es la conciencia de los grupos sociales.

- En segundo lugar, la opinión pública tradicional muestra su carácter conservador debido al retraso del desarrollo social. Se puede considerar aquí como la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad o de un individuo hacia hechos sociales que le reporten interés. Con el fin de reflejar el carácter avanzado de la opinión pública, los públicos deben ser racionales (como

teorizaba Habermas), y tener pleno derecho a saber. En la sociedad tradicional, gracias a la falta de información y el atraso de las comunicaciones, la gente sólo puede vivir junta en un círculo cerrado y estrecho. Por eso, es muy difícil enterarse de los cambios de la sociedad. La opinión pública es el resultado del pensamiento. El material social objetivo no puede entrar en el mundo subjetivo, el sujeto sólo puede hacer un simple juicio con su experiencia superficial. Por lo tanto, la opinión pública tradicional tiende a ser estable, con pocos cambios, y muestra el carácter conservador. A menos que se produzcan enormes cambios en el régimen, condición bajo la cual las fuerzas externas atacan la mente de la gente con un gran impacto, la opinión pública se mantendrá al día con el tiempo y la sociedad.

Debido al ambiente invariable de la opinión pública de la sociedad tradicional, los públicos a menudo totalizan una conciencia atrasada. Chen Duxiu⁷ consideraba que “la opinión pública es el reflejo psicológico de los públicos, si ellos están ciegos, la opinión pública será ciega también. Desde la antigüedad y hasta la fecha, ese criterio de opinión pública ha originado muchas faltas. El desarrollo y la salvación de la sociedad necesitan de públicos que tienen el coraje de resistir, porque la mayoría de una opinión pública “ciega” es irracional (cit. en Qin Weihong, 1997: 76).

En la sociedad tradicional, el desarrollo de la opinión pública tiende a quedarse a la zaga de los cambios sociales, cuando una pequeña élite considera la necesidad

⁷ChenDuxiu (1880 - 1942), fue un intelectual chino.

de una revolución social, es necesario realizar una considerable propaganda, así la opinión pública puede seguir el ritmo del desarrollo social. El retraso de la opinión pública fue conocido por los pensadores chinos y occidentales, quienes entienden que para apoyar la revolución social con la opinión pública, se debe formar primeramente a los públicos, para que ellos presten atención a los hechos. Así puede utilizarse más fuerza pública en tal empresa.

En tercer lugar, la opinión pública es un presagio del cambio de la sociedad moderna por su carácter sensible. El impacto del desarrollo de las nuevas tecnologías actualmente es tan grande que resulta difícil de medir: la visión de la gente se amplía, se rompen la limitación y restricciones del tiempo y el espacio. En la segunda mitad del siglo XX, con la difusión de la globalización, la humanidad logra una sincronización mundial de la vida económica. En la sociedad moderna, la gente tiene más oportunidades de participar en actividades políticas, económicas, culturales y sociales, y tiene más interés común en un sentido amplio. Al mismo tiempo la gente puede conocer con rapidez sobre los cambios sociales, porque la opinión pública es muy sensible. Desaparece el retraso de la opinión pública tradicional, y se convierte en auspicio de revolución, y barómetro del estado social.

Dado que en la sociedad industrial, la técnica amplía el espacio material, el espacio mental individual, o sea, la capacidad mental de la gente se extiende, especialmente los medios de comunicación ponen los hechos que tienen lugar en cualquier parte del mundo a la vista de todos. En la sociedad moderna, la clase

dominante ya no puede despreciar los públicos generales, pues el papel distintivo de la opinión pública se ha reflejado cada vez más en la vida política.

En "La Enciclopedia Británica"⁸ se plantea que si se da una definición de opinión pública, ésta debe incluir al menos cuatro factores:

1. Debe haber un asunto social real y disputado.
2. Es de interés colectivo y discutido por la mayoría de los públicos.
3. En los comentarios de los públicos, hay por lo menos cierta unanimidad.
4. Estos comentarios influyen la sociedad de modo directo o indirecto.

En "La Enciclopedia Americana" se expone que la opinión pública es el comentario sintetizado que es expresado por los públicos cuando ellos están preocupados al mismo tiempo por una cuestión (cit. en Xie Side, 2009: web).

2.2. La opinión pública en la construcción de las sociedades

En 1937, el psicólogo social Floyd H. Allport publicó el primer artículo "Toward a Science of Public Opinion" (1937: 7-23). El mencionado autor considera que la opinión pública se relaciona con el hecho de que los individuos puedan expresar sus puntos de vista en cualquier momento, o pidan expresar sus opiniones, para aprobar u objetar en relación con eventos, planes, o el curso del desarrollo de los pueblos. La opinión pública es el comportamiento de la mayoría de la gente y su expresión verbal. Es decir, el comportamiento común, que tiene una fuerte fuerza

⁸Encyclopedia Britannica, disponible en: <http://global.britannica.com/topic/public-opinion>

para despertar el poder de los públicos, y lograr sus objetivos (Liu Jianming, 2002:122). Por su parte, el profesor de la Universidad de Harvard V. O. Key cree que la llamada opinión pública es la síntesis de la opinión entre los individuos, que el gobierno debe prestar atención (cit. Xie Side, 2009: web). Leonard Dube, profesor estadounidense, asume la opinión pública como la percepción de una cuestión que se da por las personas de un mismo grupo social (Bi Yiming, web).

Lippmann en su libro *La opinión pública* (1922) indica que el punto de partida para el análisis de la opinión pública es reconocer la relación triangular entre el escenario de actividad, la imagen en el escenario y la reacción de las personas. Aquí el escenario es el mundo objetivo, la imagen en el escenario es la transformación del mundo objetivo, y la reacción de las personas es su comprensión e ideas del mundo objetivo. Por lo tanto, la opinión pública debe tener al menos tres elementos: el sujeto, el objeto y la valoración del objeto que se da por el sujeto. De hecho, los expertos chinos y occidentales estudiados incluyen estos elementos en su definición. A partir del análisis de los tres elementos básicos, que absorbe el conocimiento y la experiencia de los expertos chinos y occidentales, y reúne la actualidad del desarrollo de la opinión pública en la sociedad contemporánea, podemos plantear la siguiente definición:

La opinión pública es la combinación de emociones, actitudes, opiniones y creencias que son mostradas por la mayoría de las personas en un tiempo y espacio específicos frente a cuestiones y fenómenos sociales.

Este es un concepto que se forma en el proceso de la difusión de los variados puntos de vista personales, que chocan, intercambian y se combinan entre sí, y, finalmente, se forma una opinión común. Por lo tanto, atendiendo a las características del sujeto, se pueden establecer dos niveles de contenido: uno, en la relación entre los individuos y los grupos, el otro, en la relación entre los grupos y la sociedad en general. Al comienzo del desarrollo de la opinión pública, solamente se observa la relación entre los individuos y los grupos.

Después de la aparición de la propiedad privada y de las varias clases sociales, surge la relación entre los grupos y la sociedad. Y en relación con sus características se puede plantear lo siguiente:

► Como una conciencia común

La opinión pública es el producto de un momento y espacio determinados, con carácter nacional. La opinión pública es inseparable de situaciones sociales específicas. Las características étnicas, las costumbres culturales, las estructuras sociales y los modos de vida de diferentes naciones influyen la generación de opinión pública. Esta es un producto de la conciencia, y también es un reflejo de la vida social en una época determinada, y la vida social es diferente según la época. Por lo tanto, las manifestaciones de la opinión pública son diferentes también. En la época moderna, bajo la influencia de los medios de comunicación, se amplía el espacio de generación de la opinión pública, se acelera su difusión, y

se aumenta su influencia. La opinión pública es convertida en una fuerza poderosa en la vida social.

El rápido desarrollo de la sociedad moderna acelera las transformaciones de la opinión pública. Desde la Reforma Económica China⁹, los chinos han despedido una vida de reclusión, las relaciones exteriores se han fortalecido, las ideas han progresado gradualmente promoviendo el progreso de la reforma social. Transcurridos cuarenta años desde el inicio de la reforma económica en China, se ha visto como centro de la opinión pública cuestiones importantes para promover el progreso social tales como: "la práctica es el único criterio para probar la verdad", "respetar el conocimiento, respetar la persona de talento", "nunca se buscará la hegemonía", "un país, dos sistemas", etc.

Una misma cuestión social en diferentes períodos históricos generará diferentes manifestaciones de la opinión pública, como lo demuestra el hecho de que antes de la Reforma económica la sociedad internacional creía que China era un país pobre, y su mercancía no podía insertarse en el comercio internacional. Los chinos tenían infinita pasión por la mercancía extranjera. Después de la Reforma, con el desarrollo económico, China se ha convertido en un país importante en el comercio internacional. Las mercancías de China han llegado a todo el mundo, y ha mejorado la vida cotidiana de los pueblos. El éxito del desarrollo trajo como

⁹ La Reforma Económica de China fue un programa de cambios en el sistema económico del país que se inició en diciembre de 1978 por los reformistas dentro del Partido Comunista de China (CPC) y dirigida por Deng Xiaoping. La meta de la reforma económica china era transformar a la economía planificada de China en una economía de mercado.

consecuencias fricciones comerciales con América y Europa. La opinión pública de la sociedad occidental despreciaba la economía china. Por eso la relación entre China, Europa y América produjo un nuevo fenómeno con la aparición de los problemas comerciales. Esto fue reflejado en el ambiente de la comunicación internacional.

► El sujeto de la opinión pública es el público racional

El sujeto de la opinión pública es el público, según establece el *Diccionario de Chino Moderno*. El público es "la mayoría de los miembros de la sociedad", lo cual es fácil de explicar, lo difícil es entender el sujeto de la opinión pública. A principios del siglo XX, el psicólogo social francés Gabriel Tarde (1843-1904) redefine "público": él piensa que el público, el pueblo y el grupo son diferentes. El espíritu del público surge por la igualdad de comunicación. La sociedad es un gran grupo, el criterio: "la mayoría de la gente" no alcanza significado real hasta que, al comentar cierto evento, eso le erige como "público". Por lo tanto, como un concepto colectivo, "el público" en la teoría de la opinión pública es un grupo de personas que tiene opinión y conocimiento similar en la sociedad (Nocera, 2008).

La opinión pública es, obviamente, opinión humana, de ahí que su sujeto es el público. Platón pensaba que "si todos los ciudadanos de un país no se preocupan por él ni por sus compatriotas, sino que solamente cuidan de sus propios asuntos, es probable que esté en un estado desordenado este país. No se puede unir a los

ciudadanos con el país” (Platón, 2003: 41). Se tiene que asegurar que cuando los ciudadanos renuncian a sus propios intereses, y se preocupan por los colectivos. Entonces, su conciencia común se convertirá en la opinión pública. Desde este punto de vista, el sujeto de la opinión pública no es el público general, sino el público racional. El público racional se refiere al grupo social que puede participar libremente en la evaluación social en base a comunicar en igualdad. Los requisitos previos para ser un sujeto de la opinión pública son: los públicos racionales tienen objetivos claros, directivas, pleno derecho a saber. El mayor centro de la opinión pública está en las ciudades, donde hay población numerosa. Y los públicos de las ciudades (en China con notable diferencia) tienen un mayor nivel de educación, por eso es más fácil formar ambiente de opinión.

► El objeto de la opinión pública es asunto público

“La opinión pública es un tipo de evaluación social, es el reflejo de la psicología social, el interés público es su base” (Li Liangrong, 2001: 47). La formación de la opinión pública se basa en el debate, pues la opinión debe relacionarse con los asuntos públicos de interés colectivo, con el fin de atraer más personas a participar en la discusión. Los asuntos públicos son fenómenos, cuestiones, eventos sociales que se refieren a los intereses comunes de la mayoría. Su esencia es el reflejo de los conflictos sociales. Los asuntos públicos están relacionados directamente con los intereses comunes, por lo que el público tendrá más entusiasmo para expresar su punto de vista, pues esperará que se mantenga su interés, u obtener un mayor grado de respeto.

► El contenido de la opinión pública es la conciencia colectiva

La opinión pública, como postuló Lippmann, es la expresión verbal del sujeto, además es el conjunto de creencias, actitudes, opiniones y emociones del sujeto. La conciencia colectiva no es la suma de la conciencia individual, sin embargo, es la conciencia que se forma en el proceso de chocar, fundir, transar de las opiniones de los públicos. La gente expresa su percepción sobre el mundo a través de sus creencias, actitudes, opiniones, etc.

La creencia es la imagen del mundo real y el valor que se obtiene en la experiencia y el ambiente externo. Es el criterio más sólido para juzgar los asuntos sociales. Cada persona vive en una sociedad particular con una marca nacional y cultural. De esta manera los individuos pueden habituarse a ella. Lippmann veía el importante papel de la creencia en la opinión pública, por lo que propuso el concepto “estereotipos fijos”. Los públicos tienen ideas fijas y creencias personales instauradas, que no son influidas por los eventos. Lippmann dijo que la gente insiste en su prejuicio cuando busca una opinión ajustada. Una causa es ahorrar su energía, y la otra es que el prejuicio puede proteger su estatus social. En otras palabras, la creencia tiene al menos dos influencias en el proceso de su formación: la primera es el principio de ahorrar la energía. Cuando se encuentra el asunto público, la primera reacción de la gente es valorarlo con su experiencia, pues lo juzga sin razonamiento. A menos que el individuo tenga un objetivo preestablecido, o se fuerce por algún poder externo, no va a rechazar el estereotipo fijo. La segunda es el reconocimiento de la identidad social. Los

humanos son seres sociales, dicha socialización está ocurriendo en el proceso de aprehensión de las normas de la sociedad. Las creencias de cada cual pueden reflejar su identidad cultural y posición social, así se puede determinar la clase social de una persona. Por lo tanto, las creencias son el núcleo de la opinión pública, también la premisa para realizar inferencias lógicas. Por ejemplo, la primera reacción de los chinos es salvaguardar el interés nacional en la cuestión entre China y Japón, la cuestión de TaiWan, la cuestión del negocio entre China y otros países.

► La difusión de la opinión pública es abierta

La opinión pública es una evaluación social, pero esta evaluación no se lleva a cabo por una sola persona, sino por la conciencia colectiva. La sociedad es muy complicada, pues cada persona tiene su pensamiento y conciencia propios. Con el fin de desarrollar la opinión personal hasta la opinión pública, se debe utilizar la difusión y comunicación social. Del mismo modo, la opinión pública que se ha formado juega su papel en el proceso de comunicación. Tiene que difundirse de manera abierta en el proceso de su generación o propagación, es decir, en el espacio público, y desplegar su función a los eventos sociales.

► El efecto de la opinión pública es ajustar intereses

Los asuntos que responden a intereses públicos son urgentes, pues se espera que puedan resolver los problemas mediante la discusión. La opinión pública que no puede influir en el objeto es insignificante, incluso no se puede llamar opinión

pública. Ésta tiene una fuerza poderosa, que reclama la respuesta de la sociedad, y conduce el desarrollo de los eventos sociales a una dirección de interés público. En este sentido, el efecto de la opinión pública es ajustar el desarrollo de los asuntos sociales hacia el interés público para que promueva la armonía social.

Sin embargo, en los diferentes períodos históricos, sistemas sociales, e instituciones nacionales a menudo no se reconoce plenamente la opinión pública. En la historia de su desarrollo, muchos regímenes autoritarios la tratan como un monstruo. Ellos no la orientan, sino la presionan, mediante el poder externo. De hecho, en un cierto período histórico la opinión pública se puede calmar temporalmente cuando sufre la presión de dictadura, pero no se puede hacer desaparecer para siempre. Se desencadenará de manera más violenta bajo el estímulo del desarrollo de los asuntos sociales, motivada por la insubordinación de los públicos.

2.3. Funciones sociales de la opinión pública

La opinión pública, al ser la síntesis de emociones, actitudes, opiniones y creencias de las personas frente a las cuestiones y fenómenos de la sociedad en un tiempo y espacio específicos, influye desde su aparición, en el pensamiento y comportamiento humanos. Su función social se refiere a la influencia positiva o negativa en la vida pública. Como conciencia grupal, se logra más la atención de los individuos con el desarrollo social, con el cual se toma más en cuenta el

interés público. Por lo tanto, es innegable el importante papel de la opinión pública en la sociedad.

2.3.1. La opinión pública y su función del elogio

La naturaleza humana es bondadosa, pues se suelen elogiar los actos correctos y condenar los incorrectos. La justicia social se decanta por la afirmación de la opinión pública hacia los asuntos positivos. Los públicos determinan claramente sus metas de vida en un ambiente de elogio. Los chinos son laboriosos, valientes y amables, y los medios de comunicación a menudo difunden las valoraciones positivas de esos tópicos. El carácter de elogio de la opinión pública da una valoración positiva a los buenos asuntos, mientras que promueve el progreso y desarrollo de la sociedad.

El espíritu noble puede modelar la persona, y el carácter de elogio de la opinión pública puede inspirar el entusiasmo social, pues como se ha dicho, promueve el progreso de la sociedad.

Abraham Maslow (EE.UU., 1908-1970), fundador de la psicología humanista, planteó la teoría de la *jerarquía de necesidades* en su ensayo *Una teoría de la motivación humana*, que publicó en 1943. La escala de las necesidades se describen como una pirámide de siete niveles: las necesidades básicas (cubrir los déficit esenciales); las necesidades de seguridad y protección; las necesidades de pertenencia (afiliación, amor); las necesidades de estima (reconocimiento); necesidades de autorrealización (motivación de crecimiento personal); y las

necesidades del ser (necesidades estéticas, necesidades cognitivas, necesidades espirituales o de auto-trascendencia).



Imagen 1: Síntesis de "Una teoría de la motivación humana", de Abraham Maslow. Elaboración propia.

Las necesidades básicas también conocidas como el nivel más bajo y las necesidades más urgentes, tales como: alimentos, agua, aire, etc. Las necesidades de seguridad y protección también están en el nivel bajo en la pirámide, se refiere a la seguridad física y de salud, los recursos, la vivienda, etc. Las necesidades sociales (afiliación) se refiere el amor, la amistad, la aceptación social. Es decir, las necesidades de relación con los otros. Las necesidades de estima (reconocimiento) se refiere el éxito, la fama, la posición social, etc. La autorrealización ocupa el nivel superior, aunque la cima es el nivel de las necesidades del ser: estéticas, cognitivas, espirituales) (Maslow, 1999).

Las necesidades de seguridad están en tercera posición, en la jerarquía de necesidades. Son las de amar a los demás, también las de obtener el amor de

otros. Una manifestación de amor es elogiar, cada persona quiere lograr elogios de otros. Entonces el carácter de elogio de la opinión pública puede inspirar a más miembros sociales, y así la sociedad se desarrollará en la dirección correcta.

La función del elogio de la opinión pública puede inspirar a más miembros de la sociedad a amar a los demás, asumiendo como propias las necesidades ajenas, de manera que todo el entorno social se enfoque hacia una dirección positiva. Por supuesto, cuando los medios de comunicación propagan modelos avanzados, deben tener en cuenta la psicología de los públicos. En realidad, los héroes pertenecen a un público general, como nosotros. No se puede convertir a nadie en un dios que sea difícil de entender. Por lo tanto, la propagación de los medios de comunicación debe orientar la opinión pública, en lugar de forzarla. Especialmente evitar crear una figura avanzada artificial o falsa.

Para promover las obras sociales y de modelos avanzados, hay que tener en cuenta la psicología de aceptación pública. Por lo tanto, esa función de elogio en la opinión pública tiene un indudable efecto de orientación para promover un arco ideológico.

2.3.2. La función moral de la opinión pública

Todo el mundo tiene un cierto papel en la sociedad y se afirma por las normas sociales. La moral es un instrumento para ajustar la relación entre la gente y la sociedad, también es un criterio para valorar la conducta humana. La moral es

recibida por la mente humana, pues sirve como un modelo del ser humano en la sociedad. La norma moral coarta el pensamiento y comportamiento de los públicos, lo que da lugar a la posibilidad de convivencia y trabajos en común. Las legislaciones no pueden resolver las cuestiones morales. Solamente las resuelven a través de la opinión pública.

Con el desarrollo de la economía de mercado, la ley del valor penetra inevitablemente en todos los rincones de la vida humana, y el sistema moral tradicional sufre un gran impacto, así se produce la controversia de la crisis moral. El ambiente moral es la base del desarrollo de los seres humanos. La relación con otros agentes sociales no es sincera en un ambiente moral que esté en un nivel bajo, y la credibilidad de la sociedad se reduce, pues afecta gravemente el desarrollo y el progreso social. Actualmente, algunas empresas utilizan tácticas inadecuadas de mercadotecnia para vender los productos culturales, y se alejan de la moral social. Se atrae la atención de los públicos con recursos vulgares, como la humillación nacional. Por ejemplo, un cine de Sanya, China, pegó un cartel de una película en el que estaba escrito “Ves muchas prostitutas, nunca has visto mujeres de consuelo”. Otro ejemplo, *Mayo & Agosto* (2014) fue una película revolucionaria que se refería a la historia de la tragedia de una familia en el período de la Masacre de Nankín¹⁰, pero la publicidad de esta película fue

¹⁰ La Masacre de Nankín, muy incrustada en la memoria de los chinos, se refiere a los crímenes cometidos por el Ejército Imperial Japonés en Nankín (China) después de la caída de la entonces capital de la República China frente a las tropas japonesas el 13 de diciembre de 1937. La extrema violencia de los japoneses se prolongó hasta febrero de 1938. Durante la ocupación de Nankín, el ejército japonés cometió numerosas atrocidades, como la violación masiva de las mujeres y niñas, el saqueo, el incendio y la ejecución de prisioneros de guerra y civiles.

vulgar y hasta hiriente. Se publicitó como “la primera película que revela la violación y el asesinato”. Causó una fuerte indignación en el público de Nankín. Con el fin de enmendar el sistema ideológico y ético, los medios de comunicación de China ejercieron la función de orientar a los públicos para que fuesen capaces de expresar sus puntos de vista sobre los eventos sociales. Así se pueden distinguir entre conductas correctas e incorrectas en la libre comunicación.

No se puede mejorar la moral sin la opinión pública, ni el sistema de premio y castigo, que orienta el comportamiento los individuos mediante la economía, la política, legislación, etc. El sistema de premio y castigo aprovecha la necesidad psicológica. El efecto de la opinión pública será mejor con la cooperación de este sistema. Mediante la orientación de los medios de comunicación, los públicos critican los comportamientos despreciables y admiran los honestos, pues la moral social se recuperará seguramente, y se irá convirtiendo en un nuevo modelo de moral poco a poco.

2.3.3. La función de integración de los valores públicos

El valor es una propiedad de todos los objetos, incluida la mentalidad, la tendencia ideológica, la actitud ante la vida, etc. Es el alma de la sociedad, y cada persona posee el suyo propio. No es natural, sino el resultado de la integración y el intercambio de la opinión pública en un largo plazo. La estructura social se puede dividir en macroestructura y microestructura. La macroestructura se refiere

al estado, la nación, la clase, etc., mientras que la microestructura se refiere a la unidad, escuela, familia, etc. La interacción a nivel macro de la sociedad, es indirecta, pero al nivel micro es directa. “Generalmente, la macroestructura funciona para los individuos a través de la microestructura, del mismo modo, los individuos también actúan en la macroestructura a través de la microestructura” (Shi Huarong, 1997: 2). Se considera que la microestructura es un puente de enlace de la macroestructura y los individuos. Cuando se nace, se entra en una familia, luego en la escuela, la unidad social, la sociedad. Todas las organizaciones que están en la sociedad poseen su política, economía y cultura. La socialización de los individuos logra el valor de las organizaciones. El valor es una forma de la opinión pública, se forma en el proceso del constante intercambio e integración de las opiniones.

Los públicos intercambian sus ideas propias, y ajustan la original ciencia social y el sistema de normas sociales, con el fin de establecer un nuevo sistema social. En este proceso la opinión pública va integrándose en los valores, incluyendo la integración psicosocial, la integración de opiniones sociales, la integración de la moral social y la integración ideológica. La integración psicosocial principalmente tiende a dirigir la psicología pública a la meta psicológica que es afirmada por la sociedad. La integración de la moral social se refiere a modelar el comportamiento de los públicos. La integración ideológica se refiere a integrar el espíritu de los públicos con la mayor intensidad posible, configurando la psicología nacional y la cultura democrática.

Para un país, es necesario establecer su propio objetivo y sistema de valores. Los chinos siempre están pretendiendo la personalidad perfecta. En la relación entre los grupos y los individuos, las justicias y los beneficios, la belleza y la fealdad, ellos tienen opciones claras, mostrando un valor positivo. Sin embargo, en la sociedad moderna la vida material y el desarrollo sacuden el valor tradicional, y el valor de los públicos sigue diversificándose, pues produce diferentes grados de pérdida de valor y crisis moral. Desde la Reforma Económica China¹¹, los chinos disfrutaban del derecho de elegir libremente sus estilos de vida, pero esta libertad no significa que la gente pueda hacer todo lo que quiera. En el progreso de la sociedad en general, la minoría de los públicos disfrutaba la vida material, y su valor se deforma. Por esa razón, el Partido Comunista de China propuso el programa “Ocho honores y ocho vergüenzas”: amar el país, no hacerle ningún daño; servir a los ciudadanos, nunca traicionarlos; seguir a la ciencia, desechar la ignorancia; ser diligente, no indolente; ayudar a otros, no ser egoísta; ser honestos y solventes, no sacrificar la ética con fines de lucro; respetar la ley, no romperla; vivir sencillamente, no regodearse en lujo. El contenido de “Ocho honores y ocho vergüenzas” está relacionado con el futuro del país, la felicidad de los públicos y la estabilidad de la sociedad. Por lo tanto, cada ciudadano debe practicarla y promover su desarrollo.

¹¹ La Reforma Económica de China fue un programa de cambios en el sistema económico del país que se inició en diciembre de 1978 por los reformistas dentro del Partido Comunista de China (CPC) y dirigida por Deng Xiaoping. La meta de la reforma económica china era transformar a la economía planificada de China en una economía de mercado.

2.3.4. La función de la supervisión social de la opinión pública

Las relaciones públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas en el tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en determinadas acciones. Su misión es generar un vínculo entre la organización, la comunidad y las partes interesadas, además de convencer e integrar de manera positiva, para lo cual utiliza diferentes estrategias, diferentes técnicas e instrumentos. Aunque el concepto de relaciones está contenido en la expresión relaciones públicas pocos han sido los especialistas del área en China que se han atrevido a definirlo cuidadosamente o a desarrollar relaciones viables de los resultados de las relaciones. Algunos intentan comparar la investigación y la teoría de las relaciones públicas desarrolladas en Europa con lo que se ha hecho en los Estados Unidos. Pero también se perciben diferencias sustanciales, por ejemplo, en el área de la integración: el principal entendimiento acerca de las relaciones públicas dentro de la comunidad científica europea puede ser algo diferente de la de los Estados Unidos en varios elementos importantes, esto es, en la manera de nombrar, el significado y en la pertinencia de los conceptos relación y comunidad. En esta era de mayor apertura, la supervisión de la opinión pública es muy importante, ya que se atiende a las críticas de los públicos, a los asuntos sociales y la desviación de las autoridades públicas. El poder, sin supervisión, genera corrupción política. Y “la supervisión de la opinión pública es el conservante de

la sociedad que ayuda a eliminar los males sociales y previene la degeneración moral” (Liu Jianming, 2001: 276). En la actualidad, la opinión pública se canaliza a través de los medios de comunicación. Entonces los medios de comunicación no sólo son una institución cultural, sino también el pilar social principal. Se deben supervisar los diversos poderes sociales, exponer los males y fenómenos en la sociedad para promover la democracia y la justicia.

La supervisión de la opinión pública se realiza por los medios de comunicación, pero no por los trabajadores de dichos medios, sino que es la expresión psicológica de los públicos respecto a ellos. La supervisión de la opinión pública es la forma efectiva de ejecutar el derecho democrático de los públicos.

La opinión pública a través de los medios de comunicación se debe aprovechar para aliviar las contradicciones sociales, criticar los comportamientos perjudiciales y eliminar los inconvenientes, para lograr una mejor vida social, no por profesionales de los medios de supervisión, sino por la expresión crítica de los males sociales por el conjunto de la sociedad, es decir, por la opinión pública. La supervisión de la opinión pública se refiere a la supervisión a los poderes, las figuras y los asuntos públicos. Debido a la intervención de algunos poderes, el objeto de la opinión pública tiene tendencia al descenso en la actualidad. Es difícil supervisar las figuras que poseen un poder importante, por eso se mueve la cámara a los grupos vulnerables, que los demoniza.

En realidad, la supervisión de la opinión pública no tiene la fuerza de la ley, sino que solamente realiza la sanción moral. En general, luego de que el sujeto recibe la crítica de la opinión pública, debe corregir su error, pero no todo el mundo tiene una buena capacidad de introspección. Por ejemplo, el departamento de impuestos de China comenzó a cobrar la cuota de selección de la escuela, después se produjo la sospecha de los públicos. Entonces ellos lo discutieron fuertemente, pero el departamento de impuestos no explicó nada. Por lo tanto la supervisión de los medios de comunicación tiene que cooperar con la supervisión administrativa del gobierno. También necesita la salvaguardia judicial del poder legislativo. Es necesario establecer el mecanismo de defensa. Los departamentos que son supervisados por los medios de comunicación deben ofrecer una respuesta razonable.

Otra salvaguardia de la supervisión de la opinión pública de los medios de comunicación es la afirmación del departamento judicial. Debido a que los líderes de China apoyan notoriamente la supervisión de la comunicación, y crean condiciones favorables para ella, la conciencia de supervisión está mejorando (Cheng Shishou, 2003: 269). Sin embargo, esta deseable supervisión es restringida por algunos poderes sociales; además faltan las garantías jurídicas necesarias, por eso algunos poderes administrativos la intervienen excesivamente, y se debilita su función. En algunos lugares, los medios de comunicación solamente juegan su papel de supervisar en áreas designadas y además deben obtener la aprobación de los líderes. Por supuesto, que haya medios de

comunicación de la opinión pública no significa anarquía, su finalidad es resolver los problemas sociales.

2.4. El proceso general de la formación de opinión pública

Los modos de reconocer el mundo no son los mismos dada la complejidad social existente. Cada persona tiene su propia impresión del mundo. ¿Cómo se convierte la opinión individual en pública?

Diferentes teóricos tienen diferentes respuestas. Los racionalistas creen que las élites descubren *la verdad*, y crean la opinión pública. Esta es un producto del intercambio de las actividades mentales y actividades racionales. Esto es un proceso muy complicado. De hecho, una gran cantidad de factores influyen en la opinión pública que, desde la perspectiva social, incluye el factor político, el factor económico, el factor cultural, el religioso, etc. Desde la perspectiva psicológica, incluye el factor habitual, el de pensamiento, etc. Debido a la gran cantidad de factores, se hace difícil sintetizarlos ya que no se analiza la formación de la opinión pública mediante el enfoque de análisis factorial, sino mediante el enfoque de análisis por etapas. El sociólogo W. Phillips Davison (1968: 188-197) dividió la formación de opinión pública en las siguientes etapas:

1. La gente supone cuestiones de la comunicación, se origina el tema
2. La gente empieza a discutir una serie de cuestiones, el tema se forma

3. Algunas personas o grupos sociales comienzan a preocuparse por las cuestiones que constituyen el tema
4. Los líderes políticos discuten esas cuestiones
5. Los medios de comunicación y organizaciones profesionales intervienen en ellas
6. El tema se simplifica y se populariza en la discusión
7. Si más personas participan en la discusión y expresan su punto de vista, la opinión pública se forma mejor.
8. Mientras más desconocidos mantienen el mismo punto de vista en la discusión, la opinión pública se forma más completamente.
9. La gente discute las cuestiones cara a cara, y comienzan a resolverlas.
10. La gente encuentra nuevas cuestiones o las originales quedan resueltas, así las cuestiones se desaparecen.

El psicólogo social chino Yang Jinbao (1956), en su libro *Psicología Social*, dividió la formación de la opinión pública en cuatro etapas distintas:

- 1) El surgimiento de un asunto que está relacionado con los públicos.
- 2) La discusión extensa de los públicos sobre este asunto.

3) Los públicos se van formando gradualmente ideas y soluciones concretas al asunto, en este caso, las personas exponen diferentes puntos de vista.

4) Diferentes opiniones de los públicos se van convirtiendo en una misma, se integran en una opinión dominante.

Aquí se combinan el punto de vista anterior, basado en la formación de la opinión pública, en cuatro etapas. En la primera: el cambio social estimula la aparición de sugerencias, pues surge la opinión pública. La gente posee un instinto por naturaleza, entonces reacciona instintivamente al cambio social, y mantiene su propio interés por los posibles canales. En este caso, la reacción instintiva es la conciencia del cerebro. “El pensamiento humano es una herramienta para entender y responder al mundo naturalmente” (Bandura, 1986: 455). Cuando cambia el ambiente social la gente inmediatamente hará un juicio y expresa activamente su punto de vista. Esa es la etapa embrionaria de la opinión pública. Por supuesto, eso no significa que cualquier opinión puede producir la opinión pública, sólo las que atraen la atención de los públicos pueden germinar. Los estímulos de información antes de formar la opinión pública son los cambios sociales, los institucionales, los conflictos de conceptos y hechos, las emergencias, etc. El estímulo de estas informaciones es posible que choquen con valores consustanciales como la memoria histórica, el interés material, la psicología de los públicos, etc., que hacen surgir diferentes emociones e ideas. En la primera etapa de la formación de la opinión pública, la gente comienza a juzgar los asuntos con su propio instinto, entonces es una etapa inestable. Un

requisito importante para la formación de la opinión pública es que el público pueda informarse sobre asuntos de interés. Los estímulos que promueven la formación de esta opinión pública deben tener unas condiciones que tratamos a continuación.

2.4.1. La particularidad de la información

La capacidad de prestar atención es limitada, la gente no puede interesarse por un objeto de forma permanente. Por eso no se da cuenta del cambio del mundo, excepto por las noticias. Es decir, la cuestión pública debe tener la particularidad de atraer la atención de la gente. Es el llamado criterio de la rareza o la excepcionalidad a las reglas o normas para la selección de ciertos hechos como noticiables (siempre se pone el ejemplo de si un perro muerde a un hombre no es una noticia, pero que un hombre muerda a un perro, sí lo es). Los desastres naturales, las muertes, catástrofes, y otros asuntos particulares son informaciones que pueden atraer a la gente con rapidez.

El 11 de agosto de 2005, dos trabajadoras sexuales chinas llamadas FangFang y TianTian fueron secuestradas por dos hombres, quienes exigieron dinero a las familias de cada una. Después las maltrataron, les tatuaron la palabra “puta” en sus frentes, pechos, espaldas. Hasta el 21 de agosto las dos chicas no fueron rescatadas por la policía. El 25 de agosto de 2005, el canal CCTV propagó este caso, causando de inmediato la discusión de los públicos. Algunas personas consideraban que las dos chicas se expusieron al peligro voluntariamente porque

su profesión es ilegal, por eso ellas debían sufrir castigo. Algunos consideraron que estábamos en una sociedad civilizada, donde cada persona tiene sus derechos, entre ellos la integridad y la seguridad, que no podemos discriminar a nadie, incluidos los trabajadores sexuales. Un caso repentino despierta el gran entusiasmo de la gente, y diferentes personas expresan sus opiniones con sus propias cosmovisiones. Así se genera gradualmente la opinión pública.

2.4.2. La proximidad de la información con los públicos

Si el contenido de la información se relaciona estrechamente con el interés público, puede estimularse fuertemente a los públicos. Los campesinos prestan atención a la política de impuestos agrícolas, los estudiantes se preocupan por la situación del empleo, los comerciantes por la política comercial. La minoría de las informaciones que no está relacionada con los intereses de los diferentes públicos solamente se convierte en una charla, que no puede ser la fuerza impulsora de la opinión pública.

Después de la fundación de la Nueva China, se ha aplicado el sistema de economía planificada para restablecer rápidamente la producción social, pues con la reforma de privatización se había suscitado la decadencia social. Pero se revelaron las fallas con el desarrollo social, así como que algunos chinos carecían de pasión por la innovación. En 1978, durante la *Tercera Sesión Plenaria del IX Comité Central*, se planteó que se transfería el baricentro social en la construcción económica para realizar la reforma económica china, relacionada

directamente con los intereses públicos, lo que provocó un gran debate social. Después de la práctica sistemática, lo de que “la reforma económica es la manera de desarrollar el país” se convirtió en el consenso de toda la sociedad.

2.4.3. La fiabilidad de información

Para ser la fuerza impulsora de la formación de la opinión pública, la información debe ser fiable. Un requisito importante es que los públicos tienen derecho a saber. La falta de información o la falsedad de la información causarán una borrosa opinión dañina. Los medios de comunicación son un canal muy importante para propagar información a los públicos en la sociedad moderna, entonces la sociedad tiene que darse la libertad suficiente para convertirse en un puente de información. Así la opinión pública será más racional, y podrá promover el progreso de la sociedad. Si se da suficiente información a los públicos, ellos pueden conformar un juicio más razonable sobre los asuntos sociales. Una vez que el canal de transferencia de información se bloquea, las informaciones no pueden propagarse completamente, pues es posible que se mezclen con las informaciones negativas. Finalmente, acaban convirtiéndose en un rumor. Durante la epidemia del SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) en 2003, los medios de comunicación permanecieron en silencio, luego las informaciones se extendieron mediante Internet, se deformó este proceso, se formó el rumor, y llevó la dificultad al gobierno para prevenir la temible enfermedad.

2.4.4. La brecha entre la verdad y el estereotipo

Un estereotipo es la percepción exagerada y con pocos detalles, simplificada, que se tiene sobre una persona o grupo de personas que comparten ciertas características, cualidades y habilidades, y que buscan justificar o racionalizar una cierta conducta en relación a determinada categoría social (Malgesini y Giménez, 2000: 406).

Todo el mundo tiene un resultado esperado sobre cualquier objeto. Cuando el desarrollo de un asunto dista de la visión que se tiene, condicionada por un estereotipo, entonces se le presta atención. Así lo explicó Walter Lippmann:

"Las influencias más sutiles y dominantes son las que logran crear y mantener repertorios de estereotipos. Por una parte, oímos hablar del mundo antes de verlo y, por otra, imaginamos la mayor parte de las cosas antes de experimentarlas. Como resultado, todas esas ideas preconcebidas gobernarán casi por completo nuestro proceso íntegro de percepción, a menos que la educación nos haga plenamente conscientes de ello (Lippmann, 2003: 97).

Siempre existen estereotipos, y a menudo divergen del desarrollo de los asuntos. Esta diferencia rompe el estereotipo humano, por eso es más fácil causar la discusión de los públicos. En 2005, Corea del Sur solicitó que el *Festival del Bote del Dragón* derivara en patrimonio cultural mundial, asunto difícil de asumir por los chinos, porque el Festival del Bote del Dragón es un símbolo cultural chino, arraigado con fuerza en la conciencia tradicional de los chinos. Todo el mundo lo discutió por Internet, radio, televisión, periódicos, revistas, e incluso alguna reunión formal o informal. Algunas personas creían que el

Festival del Bote del Dragón pertenece a China, no a Corea del Sur. Otras, que se debía ser generosos en un ambiente globalizado. También se especulaba que el Festival del Bote del Dragón debía eliminarse, y así se quería demostrar que en China no se ha hecho lo suficiente para proteger la cultura nacional. Hubo hasta quienes creían que este asunto demostraba la gran vitalidad de la cultura china.

En la segunda etapa, el intercambio de puntos de vista evalúa la opinión pública. La opinión pública no es una simple suma de opiniones individuales, sino el intercambio de ideas, que forma un consenso. De hecho, cuando la gente comenta sobre los asuntos públicos, una variedad de puntos de vista particulares ya contienen alguna característica común, lo cual es el período de incubación de la opinión. En la primera etapa de receptar la información, a menudo es difícil comprenderlas claramente; al mismo tiempo, las fuentes inadecuadas de información causan discrepancias entre las opiniones expresadas. Mediante la rápida difusión, algunas opiniones son más representativas del interés público, y atraen más la atención. De hecho, el campo de la opinión pública se forma paulatinamente. En el período embrionario las variadas opiniones se mezclan entre sí, pues forma el original campo de la opinión pública. En el período evolutivo las variadas opiniones forman un fuerte campo de la opinión pública que otorga presión psicológica a los públicos.

Cuando la opinión individual y la de la mayoría de los públicos son iguales, se estimula el individuo, por eso él tiene más confianza para insistir en su opinión. Esa es la facilitación social. Cuando la opinión individual y la de la mayoría de

los públicos son diferentes, el individuo a menudo piensa si es correcta o incorrecta su opinión, luego la abandona u oculta, y recepta la opinión de la mayoría de los públicos. En general, la formación de la opinión pública es el proceso de "desindividualización", es decir, la opinión pública está más desarrollada, la característica personalizada es menor, y la colectiva, mayor.

En 1960, Angus Campbell y sus colegas, en la obra *The American Voter* para el estudio de la formación de opinión pública durante las elecciones presidenciales, propusieron el concepto “embudo de la causalidad” para explicar que el ambiente de la formación de la opinión pública es como un embudo y dentro de él hay varias opiniones. Con el paso del tiempo, el objeto de la opinión pública se aclara poco a poco, y el sujeto de la opinión pública comienza a considerar al objeto. Después, varias opiniones intercambian en el embudo, y las menos importantes se abandonan (Campbell, Converse, Miller y Stokes, 1960). Finalmente, se dejan menos opiniones.

El 30 de agosto de 2005, Nueva Orleans (sureste del estado de Luisiana, EEUU), sufrió los embates del huracán Katrina, y toda la ciudad se inundó. Después de las inundaciones, el poder de la policía local de la ciudad se desintegró, y los desastres causados por el propio ser humano se sucedieron uno tras otro, como asaltos, robos y violaciones. Los públicos vieron las escenas y la indefensión de las víctimas, vieron los grupos los grupos que arrebataron los alimentos, los saqueos, todo a través de los medios de comunicación, y lamentaron que Estados Unidos no fuera un paraíso. En este contexto, las opiniones fueron muy

complejas, luego se apreciaron algunas más claras en el proceso de intercambio y eliminación de las opiniones: Estados Unidos, siendo un país desarrollado, vivió la escena del desastre igual que le ocurrió a los países de tercer mundo.

En la tercera etapa: las nuevas cuestiones sustituyen el debate original, la opinión pública desaparece. Las opiniones pasan por un proceso natural de desaparición, la cual tiene, principalmente, dos vías: una, es la cuestión de que la opinión pública recibe la atención de los públicos, y se resuelve con éxito. Los públicos mantienen sus intereses y luego la opinión pública se calma; otra, es que una nueva opinión pública fuerte surge en la sociedad, y los públicos desvían su atención, entonces la opinión pública se oculta temporalmente en la hondura de la conciencia pública.

La opinión pública tiende a reflejar las cuestiones de urgencia para resolverlas, por lo tanto, frecuentemente llama la atención de los órganos de poder. En algunos países, la opinión pública despierta el sentimiento público, así influye fuertemente la situación política del país. Los gobiernos de diversos países observan cuidadosamente el curso de la opinión pública, y la orientan oportunamente para evitar su poder destructivo. El gobierno chino siempre le ha prestado atención. Durante años, los chinos odiaban profundamente la corrupción, y el gobierno chino ha llevado a cabo activamente la lucha contra la corrupción, logrando un buen éxito. Especialmente se castiga la conducta corrupta de algunos funcionarios de alto nivel. Cuando se siente el peso de la justicia, hay más confianza para construir un país democrático.

Otro fenómeno de la desaparición de la opinión es ocultarla temporalmente. En la sociedad moderna el ritmo de la vida cada vez es más rápido, tanto que muchos asuntos son sustituidos muy pronto por otros más nuevos. La energía de la persona es limitada, no puede poner la atención en todos los asuntos al mismo tiempo. Cuando recepta una gran cantidad de informaciones sociales debe hacer un ordenamiento por importancia, y da su preferencia al asunto nuevo. En 2003, los chinos prestaron atención a la guerra de Irak, y discutieron sus consecuencias en el mundo contemporáneo, valoraron la acción militar de Irak de Estados Unidos. Pero poco después se extendió el SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) y los chinos olvidaron gradualmente la guerra de Irak y atendieron al SARS con gran pasión. El SARS estaba relacionado directamente con las vidas, los intereses y la seguridad de los chinos. Por lo tanto, a la mayoría no les preocupa la guerra lejana, sino enfocarse en el SARS, cercano y amenazante.

En la cuarta etapa se producen los dos modos de formación de la opinión pública. La formación de la opinión pública generalmente tiene dos modos: uno es suave y otro es fuerte. La mayoría de las opiniones públicas se forma por el modo suave. Liu Jianming (2002: 105) los resumió en el modo de nieve y el modo de palomita de maíz.

Todo proceso de formación de charla pública, con dulzura y estilo ligero, según Liu Jianming debe resumirse en modo de nieve. El modo suave de formación de la opinión pública se refiere a los puntos de vista de los problemas sociales que todavía no se han convertido en conflictos de niveles violentos. El proceso de

reconocimiento del problema social es largo, entonces las opiniones sobre el problema social se extienden gradualmente, y al final se convierte poco a poco en la opinión pública. Debido a que el desarrollo social es gradual, la formación de la opinión pública también lo es. Desde la reforma económica china, se ha pasado por la reforma rural y el sistema de la economía comercial planificada, al final se formó el nuevo sistema de economía de mercado socialista. La opinión pública se forma lentamente por el modo suave, y posee menor fuerza destructiva porque la gente expresa su opinión después de un suficiente tiempo para pensar, lo cual es más racional. Al mismo tiempo la sociedad también tiene suficiente tiempo para adaptarse a la formación de la opinión pública y puede orientarla oportunamente, por eso no se genera una fuerza fuerte que destruya la sociedad.

El modo fuerte de formación de la opinión pública se refiere a cuando la sociedad ha sufrido grandes cambios, pero la gente lo desatiende involuntariamente, pues el ambiente de la conciencia está calmo temporalmente. Sin embargo, se convierte en un incidente urgente algún día, y, con gran rapidez, llama la atención de los públicos, quienes lo comentan y al final se forma la opinión pública en un corto tiempo de modo fuerte y violento. En este momento la opinión pública generalmente es irracional. Si no se orienta rápidamente, será más fuerte y afectará el progreso social. Cada importante cambio de la sociedad se realiza por medio de eventos, por eso la clase dominante debe ser perspicaz, y orientar la opinión pública en el período de incubación para resolver los

conflictos sociales, así la sociedad puede pasar tranquilamente el período de transición.

Cabe destacar que la opinión pública es una colección de opiniones, pero la opinión de cualquier persona no es igual a ella. El principal signo de formación de la opinión pública es el grado uniforme. Es decir, los miembros de un grupo tienen sus propias opiniones, si alguna es receptada por la mayoría de los miembros del grupo, se formará la pública. Desde este punto de vista pueden entenderse los signos de formación de la opinión pública.

2.5. El signo de la formación de la opinión pública

El principal signo de la formación de la opinión pública es el grado de coincidencia o de uniformidad. Desde este punto de vista pueden extenderse los signos de la formación de la opinión pública.

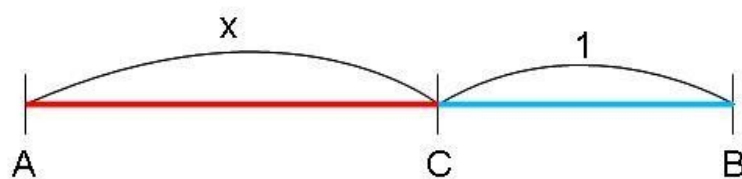
2.5.1. La unificación de opiniones

La opinión pública es opinión evolucionada, pero no todo el debate público es luminoso, la opinión pública es un mayor nivel de conciencia pública, y por lo tanto no debe ser objeto de abuso. Para su formación final hay que ver cuántas personas tienen cierto punto de vista: si el número es muy alto o si el número es de una proporción relativamente baja. Si ocurre esto último, entonces será sólo una discusión general, y la opinión pública se encuentra en una posible incubación.

En el proceso de formación de la opinión pública, la unificación de las opiniones y el efecto de arrastre son diferentes. Este último es la observación que a menudo las personas hacen y creen ciertas cosas fundándose en el hecho de que muchas otras personas hacen y creen en esas mismas cosas. El efecto es peyorativamente llamado comportamiento gregario, particularmente cuando es aplicado a los adolescentes. Existe el efecto de arrastre en el proceso de formación de la opinión pública, pero esta se basa en el interés público, entonces se logra que la unificación de opiniones esté relacionada con el interés de cada persona.

La investigación moderna de las ciencias sociales, desde la investigación cualitativa hasta la cuantitativa, se encarga del estudio del proceso de formación de la opinión pública. Sobre esta base, Chen Lidan (2004) introdujo el principio del *número áureo* para dar un criterio cuantitativo a la formación de la opinión pública.

El número áureo se utiliza ampliamente en matemáticas, ingeniería, artesanía, arte plástico, escultura, arquitectura, naturaleza y otros aspectos tecnológicos. Como se muestra abajo, $BC: AC=AC: AB=0.618$, el punto C es el punto del número áureo.



$$AB : AC = AC : CB$$

Imagen 2: Proporción áurea. Fuente: http://blog.xuite.net/berry_onthefir/EPG/59533874-玩數學+-+黃金

比例和正五邊形

Según el número áureo, Chen Lidan propuso que si se alcanza 0.618 en total 1, generalmente se es capaz de tener un impacto decisivo e integral. Y si alcanzó otro punto crítico 0.382, el total pudiera sentir el impacto. 0.618 que es aproximadamente igual que $2/3$, y 0.382 es aproximadamente igual que $1/3$ (Chen Lidan, 2004: 38). Por lo tanto, dentro de un cierto ámbito, cuando un tercio de las personas tienen la misma opinión, esta opinión tendrá una influencia considerable en el ámbito público. Y cuando dos tercios de la personas tienen la misma opinión, esta desempeñará una influencia totalmente dominante. Es decir, cuando la unificación de las opiniones alcanza $1/3$ se puede considerar que la opinión pública se ha formado, y tiene un cierto impacto en la sociedad.

2.5.2. La aceptación de la mayoría de las personas

Los miembros del grupo tienen diferentes opiniones, siempre hay algunas personas que no pueden receptar la opinión principal. Por lo tanto, el signo de la formación de la opinión pública incluye que la opinión pública se acepta y

aprueba por los públicos. Es decir, el sujeto que forma la opinión pública puede representar el interés público, y no puede dañar irracionalmente los disidentes.

La producción social se desarrolla rápidamente con el ascenso de la economía china, que promueve el progreso del comercio internacional. Los chinos deben tener en cuenta la situación internacional con el fortalecimiento de la situación social y política de China, es decir, el estado de la fricción entre comercio chino y extranjero. Los públicos no sólo protegen el interés nacional, sino también tienen en cuenta los problemas que se producen por la sociedad.

2.5.2.1. Se equilibra la sociedad

Otro signo de la formación de la opinión pública es la restricción colectiva. Henri de Saint-Simon dijo que “la gente llamaba la opinión pública como dominante mundial, lo que fue muy correcto. Ella fue una gran fuerza moral y se la demostraba claramente, pudo abrumar a todas las demás fuerzas humanas” (Saint-Simon, 1962: 230).

La educación en China logró un gran desarrollo después de la reforma económica. Pero todavía hubo muchos problemas para resolver debido al sistema social. En los primeros años del siglo XXI, muchos estudiantes fueron a estudiar a universidades extranjeras y se produjo un rápido desarrollo de la internacionalización. Las edades de los estudiantes que fueron al extranjero a estudiar disminuían gradualmente. Este fenómeno causó la consideración de la

sociedad china sobre la reforma educativa. En 2006, las universidades de Hong Kong intensificaron el reclutamiento de los estudiantes de China continental, y algunos estudiantes fueron a estudiar a las universidades de Hong Kong, por lo que los públicos comenzaron a comparar las universidades de China continental y las de Hong Kong, con preguntas clave, como por ejemplo, ¿cuál es la universidad internacional? ¿Qué diferencias hay entre ellas? Finalmente, la opinión pública propuso y criticó los problemas de las universidades de China continental como la falta de innovación, la desvalorización del título académico, la rigidez del sistema educativo. Estas críticas junto con la salida de los estudiantes a centros extranjeros atrajeron la atención del sector educativo de China continental.

La opinión pública tiene un papel regulador sobre el comportamiento político. Hace ya cinco siglos que Nicolás Maquiavelo, en *El Príncipe* (1513), advirtió que la clase dominante no monopolizaba los canales de comunicación, ni privaba el derecho de hablar de la gente: “El rey debe conseguir el apoyo y la buena impresión de los públicos del país y, de lo contrario, una vez que sufre la adversidad, no puede encontrar ningún método para resolverla” (Maquiavelo, 2000: 55). Si un rey puede estimular a todos los públicos con espíritu, voluntad y régimen, decía Maquiavelo, nunca será traicionado por ellos. La política moderna también es igual, y la opinión pública se convierte gradualmente en un barómetro político con la llegada de la era democrática. En muchos países, las encuestas de opinión pública constituyen una ocupación y preocupación importante para los

gobernantes y los resultados de esas encuestas de opinión pública obligan en muchas ocasiones a tomar decisiones que puedan modelar una imagen política favorable.

2.6. La interacción entre los medios de comunicación y la opinión pública

2.6.1. La influencia de los medios de comunicación en la difusión de la opinión pública

Desde el surgimiento de los medios de comunicación, especialmente el periódico, se han relacionado inseparablemente con la opinión pública. Los medios de comunicación tienen una fuerza decisoria en la creación y estado de la opinión pública, y esta ejerce su influencia social a través de los medios de comunicación. Los medios de comunicación necesitan el apoyo de los sujetos de la opinión pública para garantizar sus propias supervivencias y desarrollos, y los sujetos de la opinión pública expresan sus puntos de vista sobre los asuntos sociales por medio de los medios de comunicación. Los medios de comunicación seleccionan los acontecimientos para llamar la atención de los públicos y los temas centrales en la difusión de la opinión pública son las noticias más valiosas. En cuanto a cómo los medios de comunicación influyen en la opinión pública, se deben reconocer específicamente las siguientes cuatro aspectos:

1) Se transmite la opinión pública. Hacia mediados del siglo XVII, en Oxford y Londres apareció un tipo de negocio con gran influencia social: el café, la

cafetería, centro de reunión importante para conversaciones y difusiones de noticias. La cafetería europea es igual que la casa de té, no sólo es un lugar de entretenimiento, sino también es una “plaza” que se intercambia las informaciones con el final de formar la opinión pública, y ha sido en muchas ocasiones centros de conspiración para derrocar gobiernos. Con la aparición de la prensa de masas, prensa diaria y periódica, con precio asequible, con relato de hechos y opiniones, a mediados del siglo XIX, hubo un surgimiento de la opinión pública como antes no podía ser concebible. El periódico era una realidad de transmisión fundamental de esa opinión pública y a ella servía. En China, por ejemplo, Wang Tao y otros recaudaron fondos para crear el *Heraldo de Circulación Universal*, cuya importancia residió precisamente en hacer circular masivamente la opinión pública. Eso fue en los inicios de la prensa. Sin embargo, el periódico moderno evoluciona gradualmente y su propósito es el de llegar a toda clase de públicos y la manera de influir ha cambiado. Como escribió el intelectual francés Bernard Voyenne, del Instituto de Periodismo de París: “No importa la intención subjetiva de la noticia, no sólo es un impacto en la opinión pública, sino también influye en la vida y en la forma de pensar de la gente con una manera instructiva” (Voyenne, 1986: 278). Voyenne previene sobre el uso casi autoritario de los medios de comunicación porque el efecto es que los individuos renuncian sin saberlo a su capacidad y derecho de buscar la verdad con independencia para convertirse en la voz de otro; por conveniencia, deseo de sobrevivir o una sumisión a quienes detentan el poder.

En la etapa temprana, la opinión pública que se transmitió por el periódico tuvo una persuasión directa porque fue creada por los políticos. Sin embargo, en el periódico contemporáneo, la mayoría de las opiniones públicas es el informe objetivo sobre las ideas de los públicos, y tiene persuasión indirecta. Los medios de comunicación contemporáneos transmiten las nuevas ideas (concepto político, concepto de legalidad, concepto de ética, etc.) y nuevos criterios de conducta a través de las difusiones continuas de noticias y opiniones públicas, y poco a poco sustituye los conceptos tradicionales, y así se orienta a que la opinión pública continúe moviéndose hacia adelante.

2) Desarrollo de la opinión pública. Limao Zheng (1987: 376) cree que existe una muy estrecha relación entre la noticia y la opinión pública". En la revolución democrática de Gran Bretaña, se estableció la monarquía constitucional; Francia derrotó la Casa de Borbón, estableció la Primera República... Todos estos hechos históricos fueron resultado de lo sustentado por los pensadores, estímulos de la opinión pública y que llegaron a las luchas vigorosas de los públicos. El desarrollo de la opinión pública referido a los medios de comunicación tiene que promover las ideas que benefician al país para evitar que algunos arribistas logren sus intereses individuales mediante los medios de comunicación. Sabemos que por medio de noticias puede estimularse una opinión pública que puede tener una gran fuerza hasta para derrocar un gobierno y crear uno nuevo. En la actualidad, el papel de los medios de comunicación para promover la opinión pública es obvia, y que pueden estimular el sentimiento público y hace que los

problemas individuales se conviertan en problemas nacionales. Por lo tanto, muchos problemas que se difunden por los medios de comunicación y que producen la discusión de los públicos, finalmente se resuelven bajo de la presión de opinión pública.

3) Se configura la opinión pública. Aunque los medios de comunicación no pueden determinar directamente la forma de pensar de la gente, pueden guiar y estimular para juzgar cuáles problemas son los más importantes. Es decir, los problemas que se difunden ampliamente por los medios de comunicación son los que llaman la atención de los públicos. Ese es el papel actual de los medios de comunicación para configurar la opinión pública. Hao Yu cree que “las noticias pueden centrar la atención de la gente, y la mayoría de nuevas ideas y los nuevos conocimientos vienen en los medios de comunicación” (Hao Yu, 2008: 151). El periódico, la radio, la televisión, las revistas y las redes sociales deciden los contenidos difundidos y determinan las informaciones que reciben los públicos. Durante la Revolución Cultural china los medios de comunicación se encargaron de construir la idea de que la lucha de clases era el problema más importante y urgente de la nación. Desde la reforma económica china, los medios de comunicación difundieron profusamente la nueva construcción económica del país y por eso el centro de interés de la comunicación pública y de los públicos fue la construcción de la modernización en China.

4) Orientar la opinión pública. La actitud y el comportamiento de la gente se pueden modelar y cambiar, y para eso es necesario orientar debidamente la

opinión pública. Esto significa que, en primer lugar, hay que conocer a los públicos para no provocar el rechazo. En segundo lugar, existe una limitación para los medios de comunicación en la orientación de la opinión pública. Bernard Voyenne creía que “los medios de comunicación no crean la opinión pública, de hecho, son el producto de la opinión pública” (Voyenne, 1986: 292). Entonces, como producto de la opinión pública, los medios de comunicación no puede impedir la formación de opinión pública, ni salvan la desaparición de la opinión pública, sólo la ayudan en el momento oportuno. Si los medios de comunicación quieren orientar la opinión pública con eficacia, sus puntos de vista deben ser similares. Los movimientos políticos anteriores nos dicen que cuando la tendencia política de los medios de comunicación es desordenada y negativa en la etapa de comienzo, la opinión pública demuestra un estado de caos. Si los medios de comunicación tienen una clara tendencia política y difunden los similares puntos de vista, la opinión pública puede formar un consenso gradualmente. La orientación de la opinión pública se realiza por un gran número de medios de comunicación, no puede realizarse por uno sólo.

2.6.2. El derecho de participar: el requerimiento del sujeto de la opinión pública a los medios de comunicación

El sujeto de la opinión pública, o sea, el público, debe de participar en la difusión de la noticia, esto no sólo es una garantía de la libertad de expresión humana, sino también un privilegio del espíritu humano. En este sentido, "Las Leyes de

Derechos de Virginia" que fueron aprobadas en 1776 y que se consideran como la primera declaración de derechos humanos de la historia moderna (aunque tuvieron como antecedente la Carta de Derechos Inglesa (Bill of Rights) de 1689) establecieron que "La libertad de expresar es una de los grandes fortalezas de la libertad, lo que la restringe es el gobierno autocrático". En 1789, la "Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano" de Francia, inspirada en la Declaración de Independencia estadounidense de 1776 y en los principios filosóficos y políticos que se difundieron desde el siglo XVIII, marcaron el fin del Antiguo Régimen y el principio de una nueva era. En su disposición XI, establece: "Puesto que la comunicación sin trabas de los pensamientos y opiniones es uno de los más valiosos derechos del hombre, todo ciudadano puede hablar, escribir y publicar libremente, teniendo en cuenta que es responsable de los abusos de esta libertad en los casos determinados por la ley"¹². El 10 de diciembre de 1948 se aprobó la "Declaración Universal de los Derechos Humanos": los artículos 18, 19, 20 se refieren a la libertad de pensamiento, expresión, creencias, asociación, reunión, etc.¹³ Desde entonces, los contenidos de los artículos anteriores se afirman en las constituciones y leyes de la mayoría de los países. Sin embargo, como afirman algunos estudiosos de la sociología de la comunicación de masas, como IkuoTakeuchi, "la libertad de expresión no pertenece a todas las personas, sino a la minoría", "para la mayoría de las

¹² Recogido en:

<https://democraciaparticipativa.net/documentos-data-a-referenda/documentos-en-espanol/documentos-sobre-derechos-humanos/10371-declaracion-de-los-derechos-del-hombre-y-del-ciudadano-1789.html>

¹³ Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

personas la libertad de expresión es imaginaria, porque ellos no son sujetos del derecho”, “se deja solamente el silencio bajo la presión externa” (Takeuchi, 1989: 116).

En realidad, los públicos no sólo son receptores de las noticias, sino también son emisores de las informaciones. Como receptores, los públicos tienen derecho a requerir que los medios de comunicación informen sobre los asuntos de la manera más objetiva e imparcial. Y, a la vez, los medios de comunicación deben ser un foro de la opinión pública, no un portavoz de la minoría de las clases dirigentes.

El Informe de la *Comisión Internacional para el Estudio de los problemas de la Comunicación* (diciembre de 1979), presentado por el presidente de dicha Comisión, Sean McBride, al director general de la UNESCO Amadou-Mathar M'Bow 1980, que fue publicado ese mismo año en los idiomas oficiales de la UNESCO, inglés y francés, y traducido rápidamente en ocho idiomas diferentes (español¹⁴, árabe, chino¹⁵, alemán, japonés, coreano, ruso y serbocroata), fue trascendente para definir las funciones sociales de la comunicación: información, socialización, motivación, discusión, educación, avance cultural, entretenimiento, integración. En ese informe de McBride se reclama el derecho público de participar en los medios de comunicación: “no se concibe que los

¹⁴ La primera edición en español fue publicada en 1980 por la editorial Fondo de Cultura Económica de México

¹⁵ Se tradujo por la Corporación de Traducción de China en 1981

lectores, oyentes y espectadores sean receptores pasivos, los medios de comunicación deben ofrecer más espacio periódico y más tiempo a los públicos para expresar sus opiniones individuales” (McBride, Sean et al., 1981: 32 (edición en chino). Los medios en general se usan con un fin específico, la audiencia selecciona el medio y los contenidos según sus necesidades, hay quienes prefieren informarse y otros ven series porque les gusta identificarse con la realidad en ellas representada. Así, las personas de clase social alta suelen ver programas de actualidad, informativos, deportes y concursos; mientras que quienes tienen un nivel de educación bajo ven más televisión y centran su atención en series televisivas, películas y programas infantiles. La tercera edad ve todo tipo de programas, y junto con las personas de menor nivel intelectual, son los que más tiempo ven la televisión, porque es su forma de entretenimiento y es su medio preferido de ocio. Gran parte de los adultos utilizan la televisión a falta de compañía para no sentirse tan solos. También hay otras actividades sociales para estos usos, como los hobbies, los amigos, la familia, etc.

2.6.3. La orientación de la opinión pública en los medios de comunicación

Las informaciones difundidas por los medios de comunicación se refieren a todos los aspectos de la política, la economía y la cultura, por lo que la manera de orientar la opinión pública debe ajustarse a las leyes objetivas de los desarrollos de estos aspectos.

Desde un punto de vista de nivel macroscópico, las noticias se refieren a los

asuntos que están relacionados estrechamente con los intereses vitales de los públicos. Las noticias de subsistencia no sólo incluyen la vida material de la gente como alimentos, agua, entretenimiento, etc., sino también incluyen la vida espiritual de la gente.

En China, las noticias procuran pronunciar los conceptos del Partido Comunista conectando estrechamente el pensamiento y la vida real de los públicos. Al final transforma la política del Partido Comunista en una gran fuerza para crear una sociedad acomodada.

A partir de 2002, la emisión de los programas "Profundo toque de NanJing", "Nanjing en vivo" y "1860 ojos de noticias", como “noticias de subsistencia”, fueron imitados por otras televisiones diferentes por el respaldo de la cuota de pantalla. Los estudiosos comenzaron a discutir qué es la noticia de subsistencia. “La noticia de subsistencia difunde los asuntos que se preocupan por los públicos desde el punto de vista humano, y los resuelve, lo que refleja que los medios de comunicación socialistas están cuidando de los públicos. Por lo tanto, la noticia de subsistencia es un estilo que se centra el receptor en todos los públicos” (Lai Haofeng, 2004: 6). A través de estas descripciones, pueden resumirse las características de noticia de subsistencia:

A) En el aspecto del contenido: se preocupa por las necesidades básicas cotidianas de los públicos y se consideran sus opiniones.

B) En el aspecto de la expresión: en las noticias de subsistencia se combinan las

características del lenguaje literario con el lenguaje coloquial.

C) En el aspecto del espectador: se centra en los públicos generales.

D) En el aspecto del valor: se refleja la vida pública, y trata de resolver todo lo que preocupa a los públicos, por eso tiene valor humanístico.

En general, los medios de comunicación que apelan al protagonismo de los públicos presentan los problemas de las personas y les abre un camino para participar en la discusión y expresar sus opiniones, y luego también construyen una plataforma para intercambiar esas opiniones con el gobierno. Las noticias de subsistencia reflejan directamente las ideas que produce la opinión pública.

La opinión pública juega un papel rector en la promoción de la construcción política, económica y cultural. En el informe del *Decimoséptimo Congreso Nacional del Partido Comunista de China* (2007), Hu Jintao, secretario general del Comité Central del Partido Comunista de China (PCCh), propuso:

“La capacidad de innovación se aumenta significativamente, y el progreso científico y tecnológico promueve el crecimiento económico para convertirse en un país innovador. Se amplía la democracia socialista para proteger los derechos públicos y la equidad social, que permita a los públicos a participar libremente en la política. Se intensifica la construcción cultural, con lo que se mejora evidentemente la calidad cultural de toda la nación. La proporción de las industrias culturales en la economía nacional está aumentando evidentemente para mejorar la competitividad internacional y para enriquecer los productos culturales que fueron requeridos por los públicos” (Hu Jintao, 2007)¹⁶

¹⁶ Hu Jintao (2007): Informe del Decimoséptimo Congreso Nacional del Partido Comunista de

La formación de la opinión pública está influida profundamente por factores políticos, económicos y culturales, pero la opinión pública también reacciona a estos factores, ya que no sólo estimula el entusiasmo público en materia de reforma social, sino también restringe la formación de los fenómenos malsanos. El deseo con referencia a la política, cultura y economía en el informe del Decimoséptimo Congreso Nacional del Partido Comunista de China de 2007 reveló la estrecha relación entre la orientación de opinión pública y el desarrollo social según estas consideraciones:

1. La orientación de la opinión pública y la política democrática socialista: conocer, comprender y participar la democracia. El objetivo principal de la reforma política es mejorar la vida de la población y aumentar la fuerza nacional. Con el desarrollo del progreso social, la reforma política democrática se ha instalado en la agenda de reformas. La reforma del sistema político debe atenerse a la dirección política correcta, con el propósito de mejorar la democracia social, construir un país socialista que se regido por la ley y desarrollar la civilización política socialista. Por lo tanto, es necesario mejorar el sistema democrático, enriquecer las formas de la democracia, ampliar los canales de la democracia y efectuar la elección democrática, la gestión democrática y la supervisión democrática de acuerdo a la ley, para proteger el derecho a saber, participar, hablar y supervisar. Se fortalece la educación ciudadana, y se establece los

conceptos en lo referente a la política democrático socialista, la libertad y la justicia. Se mejora la transparencia y la credibilidad del trabajo de gobierno, y se aplica las normas de supervisión del partido para fortalecer la supervisión de opinión pública¹⁷.

Como se describe anteriormente, los medios de comunicación juegan un papel esencial en la construcción de la política democrática. Los programas de noticias deben esforzarse por preparar la conciencia democrática de los públicos, y llevar adelante el espíritu democrático de la sociedad, promoviendo así el desarrollo saludable de la política democrática de China. Al mismo tiempo, deben despertar la conciencia y orientar a los públicos a cumplir sus derechos a participar y discutir en la política. Las noticias tienen que ampliar el canal de expresión de la opinión pública para realizar los derechos de los ciudadanos.

Los medios de la comunicación pueden transformar las necesidades en los asuntos públicos. La continua difusión de las noticias otorga la significación específica a la opinión pública, pues los temas que son discutidos por los públicos se convierten en los programas políticos. Por supuesto, la orientación de la opinión pública por los medios de comunicación es insuficiente para crear la política democrática ideal.

La participación política de la opinión pública es todavía limitada y más en el

¹⁷ Hu Jintao (2007): Informe del Decimoséptimo Congreso Nacional del Partido Comunista de China, Beijing, 2007. Disponible en: <http://cpc.people.com.cn/GB/104019/104099/6429414.html> (Traducción de la autora)

campo comunicativo del periodismo. Especialmente, algunas noticias de subsistencia tratan raramente los asuntos que influyen en el interés futuro de los públicos. En muchos casos, los medios de comunicación piensan que son portavoces de todos los públicos, pero no expresan las ideas públicas realmente.

2) La orientación de opinión pública y la economía en el período de transición: alabar el espíritu racional. En el período de transición social es difícil evitar el conflicto de las ideologías diferentes. La transformación social de China, junto con el establecimiento de una economía de mercado socialista (el mercado siempre ha jugado un papel importante en la asignación de los recursos sociales), y la transformación del modo de la asignación de recursos y la distribución de los productos laborales, producen la reestructuración del patrón de los intereses públicos. El cambio de la estructura económica se refleja en la ideología social general. Ante la reforma económica, las noticias deben informar sobre las empresas que mejoran la capacidad de innovación independiente y sobre aquellos elementos innovadores que convierten el éxito científico en fuerza productiva. Al mismo tiempo, sobre la demanda de consumo interna, el necesario impulso a la informatización e industrialización con el fin de contribuir a la mejora de las industrias de alta tecnología, como la biotecnología, la información, el aeroespacio, etc. También las noticias deben plantear las cuestiones de la agricultura para mejorar el mercado rural y el sistema del servicio agrícola, y de ese modo contribuir también a la formación de los campesinos en tecnología y negociación (Hu Jintato, 2007). De este modo es posible crear un ambiente

adecuado y razonable de opinión pública para que los ciudadanos puedan entender los problemas con los que se encuentran.

3) La opinión pública y la cultura armoniosa: los valores fundamentales del socialismo. El deseo común de la humanidad es crear una sociedad armoniosa, es decir, una sociedad estable, democrática, equitativa. Eso es la armonía social. Y la cultura armoniosa es una fuerza espiritual para realizar la sociedad armoniosa.

En la era actual, la cultura es una fuente importante de cohesión nacional y de creatividad, y se convierte en un factor importante para la competencia en fuerza nacional en general. El deseo ardiente de los chinos es enriquecer su vida espiritual, para lo que es necesario crear un auge de la construcción cultural socialista con el fin de estimular la creatividad cultural de toda la nación, y garantizar los derechos culturales básicos de los públicos. Por lo tanto, se debe hacer un esfuerzo en varios aspectos: en primer lugar, construir el sistema de valores esenciales socialistas; en segundo lugar, construir la cultura armoniosa; en tercer lugar, promover la cultura china; en cuarto lugar, promover la innovación sobre los contenidos culturales y las formas de difundirlos (Hu Jintato, 2007). En una cultura avanzada, se presta la máxima atención a la difusión de noticias culturales, noticias que incluyen la filosofía, los valores, la cosmovisión en el proceso de socialización de las personas. Por eso la responsabilidad social de la información consiste en promover la cultura política y económica y con el fin de resolver los problemas sociales y unir a las personas.

2.7. La Teoría del Cultivo

George Gerbner desarrolló la Teoría del Cultivo (Gerbner 1972^l; Gerbner et al. 1990, 1996 y 2002,) para analizar la influencia de la televisión a largo plazo. Dentro del marco de la Teoría del Cultivo desde 1967 se desarrolló el Proyecto Indicadores Culturales durante 25 años en la *Annenberg School for Communication* de la Universidad de Pennsylvania, EE.UU. En este proyecto se definió a la televisión como un sistema para narrar historias. Esas historias son programas dramáticos, programas informativos y anuncios publicitarios y forman un sistema continuo de imágenes y mensajes que penetran en los hogares de una sociedad. En este proyecto se definieron las principales características de los contenidos televisivos:

1. La televisión es la fuente de imágenes y mensajes más extensamente compartidos en la sociedad. La televisión es “el eje simbólico del ambiente en el que nacen y se desarrollan nuestros hijos y en el que todos vivimos nuestra vida” (Gerbner et al., 1996; p. 35).
2. La asidua exposición a la TV puede ocasionar, a largo plazo, el cultivo de representaciones erróneas de la sociedad.
3. La televisión transmite mensajes uniformes, que refuerzan los valores y creencias más convencionales. Las cadenas de televisión necesitan para su supervivencia los anuncios publicitarios y estos dependen de la audiencia

conseguida y por esta razón la innovación en televisión es escasa, se suelen repetir aquellos formatos que han tenido éxito.

El Proyecto Indicadores Culturales se basó en dos hipótesis principales: la televisión no es reflejo de la realidad; y la cantidad de tiempo de consumo de televisión afecta a la percepción de la realidad. El análisis de esta teoría del cultivo, que también es conocido como un análisis de la aculturación, se realizó dentro del proyecto en Estados Unidos, en la ex Unión Soviética (actual Federación Rusa), Australia, Inglaterra, Holanda, Suecia, Filipinas, Tailandia, Japón, Taiwán y Argentina. Según las conclusiones obtenidas, lo importante es el grado de diversidad de los contenidos. Un único canal con una estructura de programación variada –como era el caso en la ex Unión Soviética- puede producir menos aculturación que muchos canales compitiendo por la misma audiencia a partir de la utilización de recursos parecidos –el caso de Estados Unidos-. En resumen, las conclusiones fundamentales se dirigieron a fundamentar la importancia de la televisión dentro de cada cultura y la consistencia y homogeneidad en los mensajes. A mayor importancia y consistencia, mayor aculturación (Gerbner et al., 2002). Gerbner y sus colaboradores también trajeron los conceptos de *mainstreaming* (sobreinclusión) y *resonance* (resonancia) para explicar por qué el elevado consumo televisivo crea sentimientos de miedo y victimización (Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli y Shanahan, 2002). Según la ubicación de las personas en distintos grupos a partir de sus diferencias socioeconómicas, regionales o de ideología política es

esperable que también manifiesten diferentes perspectivas de la realidad social. Sin embargo, el *mainstreaming* o sobreinclusión indica que los televidentes pueden anular las diferencias derivadas de la variedad cultural, social y política de los grupos a los que pertenecen. Como consecuencia de la alta exposición a la televisión se produce una homogeneización de actitudes y creencias porque los individuos adoptan los puntos de vista de la corriente dominante o *mainstream*. La noción de resonancia se refiere al efecto de “sobredosis” cuando las historias de la televisión “resuenan” y confirman experiencias de la vida real (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1980).

2.8. La supervisión de la opinión pública en China

China está experimentando una transformación social sin precedentes. De hecho, no se puede definir la función de los medios de comunicación de China con las teorías y los pensamientos tradicionales occidentales, es decir, no se puede explicar la relación entre el país y los medios de comunicación con el modelo “control--libertad”. Aunque en la actualidad no existe un tipo de medios de comunicación que no esté bajo el control del Partido, se ha establecido un sistema legal general (al menos a nivel institucional) en los últimos 30 años de reforma económica de China, que ofrece una oportunidad a los medios de comunicación para su transformación.

Desde el comienzo del nuevo siglo, ha habido un aumento de la participación pública sobre los asuntos públicos en China con la mejora gradual de la

conciencia de los derechos públicos y por el rápido desarrollo de Internet. Por lo tanto, la supervisión de la opinión pública se convierte en una forma de participar en la política. Así la supervisión de la opinión pública ya ha tenido la capacidad de cambiar parcialmente las políticas oficiales y promover las reformas legislativas y judiciales en China.

China es un país de centralización política en el que el partido del gobierno tiene un control decisivo sobre todos los aspectos de la sociedad. El sistema administrativo de China se divide principalmente en cuatro niveles: (1) el gobierno central; (2) la conformación territorial con un total de 32 regiones (4 municipios bajo jurisdicción central, 23 provincias y 5 regiones autónomas, alrededor de 300 ciudades regionales y unos 3000 condados)¹⁸. En cada región administrativa, el poder se concentra en las manos de los "principales líderes", y existe una falta de supervisión y equilibrio. Este sistema no ha cambiado con la reforma económica de China, pero se ha intensificado con la penetración de los factores del mercado. En los últimos 30 años, la economía china se ha desarrollado muy rápidamente y ha cambiado de un país pobre a un país poderoso con el alto PIB.

Detrás de los logros en industrialización y urbanización se han acumulado los problemas generales y exclusivos de China. Es decir, la tentación de riqueza y el sistema de centralización producen una serie de problemas, como la corrupción política y económica, sobresaturación de la población, desequilibrios del

¹⁸ <http://www.china.com.cn/ch-zhengzhi/zhengzhi6.htm>

desarrollo en las regiones, cuestiones étnicas, la ausencia del moral, etc. El profesor Qin Hui, de la universidad de Qinghua, indicó que "la corrupción grave puede al proceso de modernización nacional" (Qin Hui, 2009: 35). Los principales líderes de China también calificaron a la lucha contra la corrupción como un factor importante en la supervivencia del partido gobernante. En 2009, fue designado oficialmente como el "año anticorrupción". Hoy, casi nadie negará la función de anticorrupción de la opinión pública en las condiciones nacionales de China.

En los últimos 30 años de reforma económica los medios de comunicación chinos han experimentado también enormes cambios. En 20 de junio de 2008, Hu Jintao, en su discurso, dividió los medios en tres categorías: (1) el periódico tradicional del partido; (2) los medios urbanos, que fueron bastantes activos en las grandes ciudades y las regiones desarrolladas; (3) Internet¹⁹. El periódico tradicional del partido y los medios urbanos aún están patrocinados y supervisados por el gobierno. Sin embargo, la propiedad de Internet es diversa, los sitios como SINA, SHOUHU, TENCENT Y NETEASE no son administrados por el gobierno, además los inversores de los sitios web incluyen algunos medios internacionales. Además, China ha creado un raro sistema operativo de los medios de comunicación en el mundo: los medios están dirigidos por el Estado y sus propiedades también son del Estado, pero al mismo

¹⁹ Hu Jintao, discurso de 20 de junio de 2008. Disponible en:

http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/szyw/zhbd/2008-06/20/content_1434469.htm

tiempo operan en la manera de las leyes del mercado (Zhan Jiang, 2009: 35). Algunas personas piensan que este sistema operativo chino tiene ventajas porque se activa a los medios de comunicación; por el contrario, otras piensan que este sistema es la causa principal de la corrupción en este campo.

Respecto a las operaciones de mercado, no solo los medios de comunicación chinos, también los medios de todo el mundo, se enfrentan al problema del sensacionalismo. En algunos periódicos urbanos sus contenidos se limitan a las noticias sociales, noticias sobre deportes y al entretenimiento, por lo que no se puede utilizar la función de supervisión de la opinión pública. Por otro lado, bajo el sistema actual de China, generalmente los principales casos de corrupción no son expuestos por los medios de comunicación, pero son investigados por la Comisión Central para la Inspección Disciplinaria.

En general, los cambios positivos de los medios de comunicación de China incluyen la transformación de un "portavoz" específico del país patrocinado a una unidad que se opera por una empresa, y de un sistema único de propaganda a un sistema en el que coexisten la publicidad y las noticias. Los reportajes tradicionales se están desvaneciendo y los informes de investigación en profundidad están aumentando. La supervisión de la opinión pública se ha convertido en un tema público en China, se usa en los discursos oficiales, en los discursos de los académicos y en el lenguaje común de las personas. La supervisión de la opinión pública se refiere a la supervisión de los medios en nombre del público por el poder político y el poder del mercado. Sin embargo,

"la supervisión de opinión pública" que se generó mediada la década de 1980 no era un concepto académico riguroso, ya que originalmente se refería a la supervisión y las críticas de los medios al gobierno y funcionarios, similar al *watchdog role of the media* (el papel de perro guardián de los medios). Actualmente, Internet puede reflejar directamente la opinión pública, por lo que ejerce en cierto modo un papel supervisor.

Antes de la reforma económica, la sociedad de China era muy tradicional: la familia era el centro y el único sector privado. En la actualidad, el sector del mercado ha crecido y el sector privado se ha expandido rápidamente. La "esfera pública" china está formada por los ciudadanos de las ciudades desarrolladas como Beijing y Guangzhou. Estos ciudadanos se preocupan por el estado de derecho, por los derechos humanos, por la equidad y la justicia en la transición social. Ellos creen que los medios de comunicación modernos son indispensables en el proceso de difundir los pensamientos que conduzcan al desarrollo de la democracia y la crítica de los hechos o situaciones injustos. Por esta razón, estos ciudadanos han formado gradualmente una alianza informal con los medios de comunicación para mantener la justicia social, por ejemplo. Así se forma una esfera pública cuyo protagonismo lo ejercen los medios de comunicación de China.

Existen actualmente tres formas de supervisión de la opinión pública. La primera está bajo la protección de leyes como la "Ley de Libertad de Información". Los medios de comunicación modernos han utilizado informes diarios masivos para

informar al público con el fin de hacer más transparente la gestión del partido. Este tipo de supervisión de la opinión pública ha evolucionado con el establecimiento del sistema de divulgación de información del gobierno. La segunda forma de supervisión es la compensación, es decir, los medios de comunicación realizaron entrevistas independientes sobre los principales casos de corrupción causados por el abuso de poder, lo que se considera una supervisión importante. Los informes de investigación a menudo son muy influyentes, pero requieren mucho tiempo, son laboriosos y arriesgados. La tercera forma de supervisión es que los medios publican directamente comentarios noticiosos (comentarios editoriales y personales), señalan y critican el abuso de poder y los fenómenos relacionados, y analizan las raíces de los asuntos. Este tipo de supervisión ha crecido rápidamente con el seguimiento de Internet y la participación de los miembros de la esfera pública. Hoy, los medios de comunicación pueden criticar al Ministerio de Ferrocarriles, al Ministerio de Transporte, al Ministerio de Educación, incluso a la policía en sus informes. Este es un gran paso adelante, aunque la supervisión de los funcionarios sigue siendo difícil.

En los últimos años, la supervisión de la opinión pública de China ha experimentado un proceso de cambio. Generalmente se puede resumir el proceso del desarrollo de la supervisión de la opinión pública en 5 períodos:

- 1) Período de 2001 a 2002: la televisión fue la fuerza principal de la supervisión de la opinión pública.

2) 2003- septiembre del 2004: se promueve la supervisión de la opinión pública y los informes de investigación dominan el escenario.

3) Después del septiembre del 2004 los informes de investigación fueron reprimidos, pero los comentarios de noticias fueron más abundantes y populares

4) Desde 2007 los informes de investigación volvieron a desarrollarse y los comentarios de noticias continuaron prosperando

5) De 2008 a 2009, con la implementación de la "Ordenanza de divulgación de información gubernamental", y el suceso del terremoto de Wenchuan, la relación entre el estado y los medios de comunicación experimentó un cambio positivo

6) Desde 2009, coincidiendo con la popularidad de Internet, se produjo la apertura de la información oficial, mejoró notablemente la transparencia social y se desarrollaron rápidamente los informes de investigación y los comentarios de las noticias.

En el primer período (2001 a 2002) la televisión estableció una influencia extraordinaria en la opinión pública. Los programas "Temas en focos" y "La investigación de noticias" tuvieron un fuerte influjo entre el gobierno y los públicos. En el aspecto de la supervisión sobre el poder del gobierno, en el programa "Temas en focos" se expuso la colusión entre el gobierno y los mineros

locales. En el aspecto de la supervisión sobre el poder económico, la revista *Cai Jing* expuso la conspiración de los fondos. El *Diario público* publicó comentarios sobre el desastre de la mina Nandan (provincia de Guangxi) y ciertamente estuvo afirmando el papel de la opinión; el "Diario sobre la economía de china" reveló el monopolio del taxi en Beijing, lo que permitió que el asunto entrara en el ámbito de la opinión pública.

En el segundo período (2003 - septiembre del 2004) la actitud del partido comunista respecto a la opinión pública fue mucho más tolerante. Li Changchun, miembro del Comité Permanente del Buró Político del Comité Central del Partido Comunista de China, afirmó que habían aumentado sustancialmente la cantidad de informes sobre la opinión pública. Como resultado, se produjo un clímax en los últimos años en el campo de la opinión pública, el más importante fue la muerte accidental de Sun Zhigang y los incidentes de la epidemia del SARS, asuntos que atrajeron la atención del mundo y afectaron a Hong Kong. Los casos principales del 2003: el "Diario de Nanfang Dushi" expuso el caso de Sun Zhigang, lo que llevó a la abolición del "Método para la Custodia y repatriación de vagabundos urbanos y mendigos" del Consejo de Estado; el programa "La investigación de noticias" reveló el abuso de poder de la policía; los reporteros de la Agencia de Noticias Xinhua revelaron que la compañía farmacéutica Tong Ren Tang dañó seriamente los derechos e intereses de los consumidores; el programa "Xinwen Zongheng" informó sobre la investigación de la lesión ocupacional de la provincia Zhejiang. Los casos principales antes del

septiembre de 2004: los reporteros de la agencia Xinhua informaron que funcionarios de la provincia An Hui actuaban ilegalmente como líderes empresariales locales; el "Diario de joven de Beijing" informó sobre una serie de homicidios de la provincia He Nan a pesar de que el gobierno obstruyó la divulgación de información y ocultó la cantidad de muertos; el programa "La economía de media hora" reveló el atraso en los salarios de los trabajadores migrantes; el programa "La investigación de noticias" descubrió la conspiración en las admisiones al Conservatorio de Música de China.

Entre 2002 y 2004 hubo importantes informes de investigación. Además, en el "día de los periodistas" de 2003 se encomió a 8 periodistas, entre ellos había 7 periodistas de investigación. Sin embargo, los gobiernos locales suprimieron medios de comunicación, por ejemplo, después de la información del "Diario de Nanfang Dushi" sobre la muerte de Sun Zhigang, y el redactor jefe y el gerente general fueron arrestados. El suceso se refiere a la muerte en 2003 del trabajador migratorio Sun Zhigang en Guangzhou por los abusos físicos que sufrió durante su detención bajo el sistema de custodia y repatriación (C & R) de China. El caso recibió una atención masiva en los medios en China, lo que provocó la abolición del sistema de C & R por parte del gobierno nacional.

En el tercer período (2004 - 2006), los departamentos pertinentes emitieron documentos que restringieron severamente las críticas a los sistemas y funcionarios del partido y del gobierno (septiembre de 2004), y en particular prohibieron a los medios realizar supervisión de la opinión pública interregional.

Aunque todavía hay algunos periódicos que se aventuraron a informar sobre la corrupción en algunas localidades, la mayoría de los medios de comunicación renunciaron a este trabajo sobre la supervisión de opinión pública. Después las restricciones oficiales a la supervisión de la opinión pública se volvieron más estrictas. Al mismo tiempo, los críticos aparecieron en el escenario con los seudónimos. Ese período ha sido llamado la era de la "Escritura Ciudadana". Los principales casos en 2005: el "Diario de la economía china" descubrió el conflicto entre importantes empresas y habitantes de Dingzhou; el "Diario de negocios de Henan" reveló la violencia de un subsecretario la Comisión Municipal de Ley de Yancheng en un Club nocturno; el "Diario de la joven China" reveló la corrupción del secretario del partido de Liaoning llamado Wang Yaxi, finalmente el tribunal del distrito decidió imponerle una pena de prisión de 15 años y confiscar su propiedad de 1,2 millones de yuanes e imponerle una multa de 400.000 yuanes; "Xinmin Weekly" denunció accidentes industriales en la provincia Zhejiang; "Diario de la economía de china" reveló la verdad del SIDA en la ciudad Xingtai; y "Oriental Weekly" informó que un filántropo era sospechoso de contrabando de reliquias culturales. Los casos principales en 2006: la revista "Cai Jing" consiguió con sus investigaciones la verdad del primer caso de delitos económicos dentro del sistema judicial desde 1949 y el soborno de funcionarios contra la corrupción; "Diario de la vida", de la ciudad Hei Longjiang, descubrió que Ma Zhixin fue golpeado hasta la muerte en la estación de detención; el *Diario chino de negocios* informó del hecho de que los policías

de tráfico ocultaron más de 420 accidentes de tráfico y la cifra de muertos; el "Diario Huaxia" reveló que un residente de Beijing llamado Du Jianping perdió la vida por la demolición forzada de la vivienda, pero la policía no hizo nada. Zhou Ze, profesor del Departamento de Periodismo de la Universidad Juvenil China, publicó un artículo titulado "La tasa de mantenimiento de ruta: casi seis años han sido recolectados ilegalmente", después este artículo, reproducido y seguido por más de cien de medios de comunicación e Internet, se originó un auge sin precedentes de la opinión pública en China.

El cuarto período (2007 - 2008): las investigaciones periodísticas se siguieron desarrollando y aumentaron significativamente los comentarios. La prohibición oficial de la supervisión de opinión pública interregional todavía no había sido derogada, pero se había relajado. Algunos medios de comunicación redactaron activamente los informes de investigación, pero se concentraron principalmente en el campo económico y la crítica a los funcionarios todavía era relativamente rara. Se reguló Internet, pero se permitió publicar una gran cantidad de información y opinión. Internet se convirtió en la fuente de producir información para los medios de comunicación tradicionales y un lugar para la expresión de las opiniones por los públicos. En octubre de 2007, el *XVII Congreso Nacional del Partido Comunista Chino* (PCCh) propuso expandir la participación política de los ciudadanos de todos los niveles y en todos los ámbitos, proteger los derechos e intereses legítimos de los ciudadanos y proteger el derecho a saber, el derecho a participar, el derecho de expresión y el derecho a supervisar de los ciudadanos.

Los informes de investigación en 2007 tuvieron un gran impacto. Entre ellos, la visita no anunciada del reportero del canal de televisión Henan llamado Fu Zhenzhong al "horno de ladrillos " en la provincia de Shanxi. Ese incidente tuvo una fuerte repercusión en la sociedad china. En el campo económico, el informe "Who's Luneng" de la revista "Caijing" impidió la pérdida de casi decenas de miles de millones de activos estatales. Otros informes importantes de opinión pública incluyen noticias y comentarios de Internet y medios tradicionales sobre el proyecto Xiamen PX, y el informe exclusivo de Chengdu Media Group, "Cenozoic Generation Survey", titulado "La hormiga Lishen, la locura detrás de los 15 mil millones de recaudación de fondos".

En el quinto período (2008 - 2009) se produjo una tendencia a la divulgación de información. En 2008 China estaba muy ocupada dando la bienvenida a los Juegos Olímpicos de Beijing, pero, al mismo tiempo, surgieron muchos eventos importantes. Uno de ellos fue el de los disturbios en el Tíbet (marzo de 2008); y el otro fue el terremoto de Wenchuan (12 de mayo de 2008). Después del terremoto de Wenchuan, el primer ministro Wen Jiabao visitó rápidamente al área del desastre en el momento oportuno y reclamó la divulgación de información. Un gran número de medios de comunicación nacionales y extranjeros acudieron a la provincia Sichuan y comenzó una apertura de noticias sin precedentes.

En 2008, con motivo del 60º aniversario de la publicación del *Diario del Pueblo* (fundado el 15 de junio de 1948, lidera al resto de rotativos chinos²⁰), Hu Jintao publicó una exposición muy exhaustiva sobre la labor del periodismo que despertó la atención de los medios de comunicación nacionales y extranjeros. El discurso de Hu Jintao incluyó los puntos de vista tradicionales del gobierno chino sobre los medios de comunicación y también tuvo una gran cantidad de puntos de vista con un tinte de verdadera franqueza. Como ejemplo, esta cita del discurso:

"Hay que persistir en el principio de que el ser humano es lo primordial, fomentar la afinidad y la capacidad atractiva de la prensa. El persistir en el principio de que el ser humano es lo primordial constituye un requisito fundamental para hacer bien la labor periodística y publicitaria. Hay que tomar el trabajo de hacer realidad los intereses fundamentales de las masas populares, salvaguardarlos y desarrollarlos como el punto de partida y el fin de la labor periodística y publicitaria. Hay que persistir en penetrar en la realidad, la vida y las masas populares, combinar el aplicar el principio del partido con el de reflejar la opinión de las masas populares, combinar la persistencia en la acertada orientación de la opinión pública con la información de la situación y la voluntad de las masas populares. Hay que respetar la posición del pueblo como la principal, desarrollar el espíritu creativo del pueblo y garantizar al pueblo el derecho de conocer los hechos, el de participar, el de expresión y el de supervisión. Hay que esforzarse para hacer más informaciones sobre el trabajo y la vida de las masas populares y sus demandas, sobre los modelos ejemplares entre ellas para alentar a construir una vida mejor. Al mismo tiempo, hay que reflejar la acertada orientación en las informaciones sobre los hechos, formar el conocimiento idéntico de la sociedad en los intercambios con las masas populares, realizar la educación en los servicios de informaciones y

²⁰ Según la clasificación de la UNESCO, *Diario del pueblo* se sitúa entre los 10 primeros del mundo. Existe la versión en español de *Diario del Pueblo* en línea desde el 1 de agosto de 2000.

conducir a las masas populares de diversos sectores para avanzar conjuntamente, haciendo afirmaciones con los hechos, ejemplos típicos y cifras verdaderas, resolviendo las contradicciones y encauzando a las masas populares en sus sentimientos" (Hu Jintao, 2008).

Los casos principales en 2008 fueron los siguientes: en la primavera de 2008, un brote de virus EV71 estalló en China continental, matando a más de 40 niños y afectando a más de 10000 según el Ministerio de Salud de la República Popular de China, pero el gobierno local de la ciudad Fu Yang en Anhui ocultó la epidemia y causó una gran insatisfacción pública. Aún así, los medios de comunicación chinos descubrieron al público esta verdad; después del terremoto de Sichuan, los medios de comunicación chinos publicaron las noticias sobre la situación del desastre y presentaron completamente los detalles del terremoto al mundo. Sobre la corrupción, hubo informaciones importantes. "Oriental Weekly" publicó que en la leche en polvo del grupo "San Lu" había melamina, lo que era un peligro para la salud de los niños; "Oriental Morning Post" reveló el accidente "2008 Shanxi mudslide" que finalmente produjo la muerte de 277 personas, la desaparición de 4, heridas por traumatismo en otras 33 personas, y la pérdida económica de 96,19 millones de yuanes. El 14 de septiembre, Meng Xuenong, gobernador de la provincia Shanxi presentó la dimisión.

Desde 2009, Internet ha estado a la vanguardia de la supervisión de la opinión pública y ha desempeñado un papel central en casi todos los casos principales. El 10 de diciembre de 2008, Zhou Jiugeng, exdirector de la Oficina de Bienes Raíces del distrito de la ciudad de Nanjing, dijo en una entrevista con los medios

de comunicación que los promotores que venden los edificios a precios por debajo del precio real serían investigados junto con el departamento de precios de mercancía. Esta noticia, que fue reportada por los medios de comunicación, causó muchas críticas. Algunos usuarios de Internet comenzaron el "Human flesh search engine" (literalmente, "motor de búsqueda de carne humana") sobre él porque no estaban satisfechos con sus opiniones, acusándolo de fumar cigarrillos caros, llevar relojes caros y conducir automóviles de lujo, y sugirieron que el Comité Disciplinario investigase el asunto, incluso publicaron su foto en Internet en la que se señalaba con un círculo su reloj. Durante 3 días, esta foto tuvo más de 70000 reenvíos. El incidente de Zhou Jiugeng atrajo la atención de los líderes de Nanjing. Y la consecuencia fue que los funcionarios de Nanjing cambiaron discretamente su forma de vestir, nadie se atrevía a fumar cigarrillos caros, incluso muchos funcionarios no usaron relojes.



Imagen 3: la foto que provocó el escándalo de Zhou Jiugeng. Fuente: <http://fanfu.people.com.cn/GB/8601151.html>)

Ese fue un momento muy revelador del poder de Internet porque cambió el comportamiento de los funcionarios del gobierno. Además, algunos funcionarios ilustrados afirmaron el papel positivo de los medios de comunicación en incidentes masivos y en entrevistas con los medios dijeron que los medios de comunicación chinos aceptaron las reglas internacionales. Sin embargo, algún tipo de populismo surgió en los medios de comunicación y en los usuarios de Internet. La manifestación más obvia fue simpatizar con las personas vulnerables cuando los hechos no fueron lo suficientemente claros, incluso afectar indebidamente a la judicatura.

La supervisión de la opinión pública de China conlleva los grandes intereses y las altas expectativas del público. Sin embargo, la economía de mercado proporciona

principalmente un gran apoyo económico a los medios a través de métodos de publicidad. En este contexto, la motivación de los medios de comunicación para participar en la supervisión de la opinión pública también será cuestionada: aunque el público reconoce generalmente que el motivo de la mayoría de los medios de comunicación es positivo, sin embargo, también se preguntaba si todos los medios de comunicación son un ángel sin fama y fortuna que no persigue la publicidad y la captación de audiencia con los consiguientes beneficios económicos. Esta posibilidad es un fenómeno que los periodistas chinos admiten abiertamente. Por lo tanto, la cuestión de cómo proteger el poder de supervisión en la prensa y al mismo tiempo restringir el abuso de poder por parte del supervisor se ha convertido en un tema cada vez más prominente. La legislación para el periodismo debería ser la única manera de ayudar a eliminar el punto ciego en el proceso de la construcción legal de China, también puede mejorar la identidad de China en el ámbito de los derechos humanos.

En el sexto período, desde 2009 hasta hoy, se caracteriza por la formación en China de una gama completa de medios de comunicación con cobertura en todo el territorio y con un hardware avanzado, pues se proporcionan condiciones técnicas suficientes para la participación pública. Sin embargo, la comunicación de masas tradicional tiene un gran inconveniente en la participación pública: la comunicación unidireccional de los medios de comunicación. La participación pública a través de la prensa, la radio y la televisión es muy limitada, pero la aparición de Internet compensa este inconveniente. Con el creciente desarrollo de

la tecnología de la red, se ha estimulado el desarrollo de la sociedad china. En los últimos años, la política de Internet ha cambiado la forma en que los ciudadanos chinos participan en política. En resumen, bajo la premisa de la comercialización, se ha comenzado a generar la esfera pública de los medios de comunicación chinos por la reforma del sistema de noticias y por el soporte técnico de la información.

Los casos principales de este último periodo fueron los siguientes: el 23 de marzo de 2010, Google anunció que había decidido retirarse del mercado chino debido a los "ataques de hacking de China" y la "censura de Internet". La retirada de Google de China provocó la ira de los ciudadanos. Muchos canales de televisión y periódicos no se atrevieron a informarlo ampliamente. La mayoría de las informaciones explicaron que la razón por la cual Google se retiró de China fue por "el bajo rendimiento de Google en China". Los usuarios de Twitter chinos reaccionaron violentamente y expresaron su preocupación en Internet. "#GoogleCN", "Google" y "China" se convirtieron rápidamente en las palabras principales en Twitter, incluso superaron "Ayuda Haití" que surgió en 2010 por aquel terremoto. El 16 de noviembre de 2012 se produjo una muerte infantil en la calle Huandong de la ciudad de Bijie, provincia de Guizhou. Un total de cinco niños (13 años y el menor de 9 años) murieron en unos cubos de basura por haber encendido una fogata para calentarse. El monóxido de carbono produjo su intoxicación mortal. El periódico "Xin Jing" informó sobre este accidente. El 20 de diciembre de 2012, algunos ciudadanos descubrieron que afuera del recinto

donde estaban los botes de basura había una nueva advertencia: "严禁人畜入内 违者责任自负 "(está estrictamente prohibido la entrada de personas y animales, de lo contrario, las consecuencias son tuyas). Fotografiaron y publicaron en Internet el cartel y este asunto desencadenó una furia entre los usuarios de Internet. Bajo la presión de la opinión pública, el gobierno local revisó y criticó públicamente al alcalde del municipio, Gaodan.



Imagen 4: el bote de basura de la ciudad Bijie. Fuente: http://news.ifeng.com/mainland/special/gzllntms/content-3/detail_2012_12/20/20340022_0.shtml)

2.9. El progreso de los programas informativos de televisión en China (desde una perspectiva general)

2.9.1. La etapa difícil

Desde 1958 hasta 1966 se extiende la etapa inicial del negocio televisivo de China. Sus estrechos vínculos con la ideología y la necesidad de un mayor aporte financiero hicieron realmente imposible ser inmune a la restricción de la política del país en ese momento y al proceso de desarrollo económico y social. Necesitaba adaptarse constantemente al entorno externo y la exploración incesante de las reglas de desarrollo. El mercado de televisión en este período todavía era muy débil. Algunas estaciones de televisión se vieron influidas por los tres Años de Desastres Naturales²¹ y la escala económica del país, excepto CCTV (anteriormente conocido como "televisión de Pekín"). Muchos programas informativos cometieron serios errores y desviaciones en el pensamiento de "Left-leaning"²². Sin duda, el negocio televisivo estuvo lleno de dificultades en las etapas iniciales de su desarrollo.

La televisión de China (CCTV) nació en la década de 1950. Sus comienzos fueron muy simples tanto en el desarrollo de sus programas como por sus condiciones técnicas. Aunque se ha ampliado gradualmente a través de la

²¹ Se puede obtener información de ese trienio en: https://es.wikipedia.org/wiki/Gran_hambruna_china

²² Para más información: <https://baike.baidu.com/item/%E5%B7%A6%E5%80%BE/1706452>

reconstrucción y expansión, generalmente sigue siendo relativamente atrasada. En la obra "La historia del desarrollo de CCTV", Yang Weiguang describe: "Las simples condiciones no impidieron ser los pioneros en el campo de la televisión china. Por el contrario, incluso estimularon su entusiasmo y creatividad revolucionarios" (Yang Weiguang, 1998: 163-164).

La política protagonizó toda la televisión en la etapa temprana. Con el contexto del sistema político socialista la televisión china estableció una posición particularmente importante desde el principio: fue el portavoz y la herramienta de propaganda del partido y del gobierno. Aunque los primeros noticiarios chinos de televisión prestaron gran atención a la propaganda política e incluso expandieron sus esfuerzos, además de las funciones políticas, los primeros noticiarios televisivos de China también jugaron un papel importante en la difusión de información. En cuanto a la difusión de información, aunque un gran número de películas y largometrajes de televisión se completaron bajo la guía de la política de propaganda, también transmitieron muchas informaciones.

Debido a restricciones de equipos y condiciones técnicas, desde el 1 de mayo de 1958 (el comienzo de prueba de la transmisión de CCTV) hasta la "Revolución Cultural" (1966-1976)²³, casi todos los programas informativos de televisión fueron transmitidos en vivo, reflejando el encanto único de la televisión. En ese momento, el poder y la cobertura de los transmisores de televisión fueron

²³ Existe una buena información sobre la "Revolución cultural" en:
https://es.wikipedia.org/wiki/Revoluci%C3%B3n_Cultural

extremadamente limitados. Por otro lado, el número de receptores de televisión fue escaso, por lo tanto pocas personas recibían información por la televisión. En la segunda mitad de 1960, China entró en un período de graves dificultades económicas. El número de las estaciones de televisión se simplificaron de 36 a 8. Después de 1965, algunas estaciones de televisión se recuperaron gradualmente con la mejora de la economía nacional.

Desde el comienzo de la "Revolución Cultural" (1966), los programas informativos de televisión de China sufrieron graves reveses y daños. En esta etapa, la propaganda personal de Mao Zedong llegó al máximo. Liu Xiliang refirió en su obra *La historia de la televisión china* (2007: 30) que el 18 de mayo de 1966 Lin Biao²⁴ describió con entusiasmo el talento de Mao en la reunión del Buró Político del Comité Central, con estas palabras: "el decir del presidente de Mao siempre es correcto, toda palabra suya es verdad. Sus artículos, dichos y prácticas revolucionarias muestran su gran genio proletario". Después del discurso de Lin Biao, la propaganda de las actividades y el pensamiento de Mao se convirtieron en una tarea política importante para todos los medios de comunicación, incluidas las estaciones de televisión.

Liu Xiliang (2007: 261) refiere también que el 14 de enero de 1977 la oficina central de radiodifusión publicó el artículo "人民广播的政治方向不容篡改"(La dirección política de la radiodifusión popular no se puede cambiar). Los medios

²⁴ Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Lin_Biao

de comunicación comenzaron a revelar los crímenes de la "Banda de los cuatro"²⁵. Sobre la base de criticar los crímenes de "La banda de los cuatro", los medios de comunicación propusieron restaurar y promover la excelente tradición del periodismo lo antes posible, y destacaron que el periodismo debía servir a los públicos, perseguir la verdad y oponerse resueltamente a la falsificación de la historia.

Después de la "Revolución Cultural" (1976), el período de 1976 a 1979 fue un tiempo de transición para el desarrollo de los programas de televisión de China. Las estaciones de televisión suspendieron o cancelaron sucesivamente los programas que fueron establecidos en el período de la "Revolución Cultural", y la industria nacional de televisión representada por CCTV entró en una nueva etapa. Los líderes de la Revolución Cultural fueron reemplazados por CCTV. A través de la fuerza de los líderes nuevos, el número de los trabajadores de CCTV creció de 200 a 600 (Yang Weiguang, 1998: 140). El desarrollo de los programas informativos de televisión se centró en la fundación de Xinwen Lianbo²⁶, que tardó dos años desde la preparación hasta la transmisión. Los trabajadores de televisión se dieron cuenta gradualmente de las deficiencias de los programas

²⁵ La "Banda de los Cuatro" (四人帮) es el nombre dado a un grupo de altos dirigentes del Partido Comunista Chino que fueron expulsados del mismo y arrestados tras la muerte de Mao Zedong en 1976. Fueron declarados culpables de crímenes y abusos cometidos durante la Revolución Cultural. El grupo lo componían la viuda de Mao, Jiang Qing, y tres de los colaboradores de ésta: Zhang Chunqiao, Yao Wenyan y Wang Hongwen, quienes habían desempeñado altos cargos en el gobierno de China durante los últimos años de la vida de Mao. Para más información véase:

https://es.wikipedia.org/wiki/Banda_de_los_Cuatro

²⁶ Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Xinwen_Lianbo

informativos de la televisión y se esforzaron por mejorar los programas de noticias y la calidad de los informativos mejoró notablemente.

Durante los primeros 20 años de desarrollo de los noticiarios televisivos de China, la cantidad de programas era limitada, los contenidos eran también limitados, y los modelos de programas eran escasos. Esas características estaban relacionadas con la política, la cultura, la economía y la situación social de China. Por ejemplo, el pensamiento tuvo una tendencia de "Left-leaning"; la situación de la economía era atrasada; los equipos de radiodifusión estaban obsoletos; el talento televisivo fue insuficiente, etc. Todos estos factores afectaron gravemente al desarrollo de los programas informativos de la televisión de China. La escasez de televisores restringió la función de comunicación masiva de TV y también supuso la pérdida de motivación para las reformas de los programas informativos de televisión.

2.9.2. La etapa de ajuste y mejora

Desde principios de la década de 1980 hasta principios de la de 1990 fue un periodo creciente para la televisión en China. En este periodo, China Televisión pasó al desarrollo de lo cuantitativo a lo cualitativa. A fines de los años setenta, la reforma económica de China generó desarrollo económico y, al mismo tiempo, introdujo muchas experiencias y conceptos avanzados del mundo occidental para la televisión china. A principios de la década de 1980, con el uso generalizado de la captación electrónica de noticias (ENG) en varias provincias, municipios y regiones autónomas en todo el país, los programas informativos de televisión

entraron en una nueva era.

Liu Xiliang afirma que en la décima Conferencia Nacional de Radiodifusión en 1980 se clarificó el principio de "seguir el camino propio, amplificar las ventajas de la radio y la televisión, y servir mejor a las cuatro modernizaciones (fortalecer la agricultura, la industria, la defensa nacional, la ciencia y la tecnología de China)²⁷. En la *Undécima Conferencia Nacional de Radio y Televisión* celebrada en la primavera de 1983, Wu Lengxi, Ministro de Radio, Cine y Televisión, declaró en su informe la necesidad de "apuntar a reformas, aprovechar plenamente las ventajas y esforzarse por crear una nueva situación en radio y televisión". Y añadió: "Según la experiencia práctica durante muchos años, la televisión debe cumplir el principio de crear una característica única, amplificar nuestra ventajas y, al mismo tiempo, aprender la esencia de todo el mundo. Debemos tener nuestras propias características, nuestras propias formas y métodos y dar rienda suelta a nuestras fortalezas. Esos son nuestros deberes" (en Liu Xiliang, 2007: 261). En esta conferencia, el ministro certificó la importante posición de los programas informativos de la televisión china lo que llamaba a promover el desarrollo de otros tipos de programas de televisión mediante la reforma de los programas informativos.

Con la profundización de la reforma económica de China, la información se ha vuelto cada vez más importante en la vida de las personas. Para satisfacer la demanda de las audiencias, la televisión no sólo tenía que difundir eventos

²⁷ Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Cuatro_Modernizaciones

importantes nacionales e internacionales, sino también debía influir y orientar la opinión pública a través de la investigación y el comentario. En 1983, la industria televisiva china propuso una lema: "Ajustar la estructura de las noticias, expandir la cobertura de los informes, mejorar la puntualidad, fortalecer los comentarios noticiosos con características de televisión y mejorar la calidad de las noticias de televisión y su estado en toda la comunicación televisiva " (Yue Miao, 2009: 90).

La legislación sobre la prensa dio fuerza a la estación de televisión de China después de la reforma económica. La CCTV y estaciones de televisión locales emitieron una serie de programas informativos influyentes. Las noticias de televisión mejoraron en orientación ideológica, en la configuración y contenido de programas, etc., lo que permitió ampliar el tiempo de transmisión y aumentar la puntualidad de las noticias. El programa "Xinwen Lianbo" cooperó estrechamente con estaciones de CCTV y locales para realizar esfuerzos conjuntos con el fin de aprovechar las ventajas y características realistas rápidas y oportunas, expandir continuamente la cobertura de las informaciones y aumentar su cantidad y utilizar las técnicas más avanzadas para aumentar la puntualidad e incrementar su influencia. Desde el *Duodécimo Congreso Nacional del Partido Comunista de China* en septiembre de 1982, muchos de los principales informes noticiosos del partido y del país se emitieron primeramente por el programa "Xinwen Lianbo".

Al mismo tiempo, el número de los programas informativos de televisión aumentó y, consecuentemente, se incrementó el número de informaciones. En

mayo de 1980, la CCTV organizó el primer programa informativo de comentarios en China llamado "Observación y Reflexión", y realizó informes detallados y opiniones sobre asuntos calientes en la sociedad. Desde 1984 se agregaron "Noon News", "Evening News", "English News", "Economic News", "Sports News", "Morning News", etc. A principios de la década de 1980, CCTV sólo transmitía 30000 noticias cada año, incluidas las noticias internacionales. A principios de la década de 1990, la emisión anual de noticias, incluidas las internacionales, superó las 40000 (Yang Weiguang, 1998: 145). La proporción de los programas informativos aumentó constantemente, convirtiéndose en un verdadero líder en la televisión y un canal imprescindible para la difusión de la información nacional e internacional. En la reforma de los programas de televisión, la exploración y la innovación de los informativos han tenido un efecto significativo. El uso de transmisiones en vivo y reportes en la escena por parte de los medios permitieron el desarrollo de un buen periodismo.

El 1 de octubre de 1984, para revisar los logros de la reforma económica de China y celebrar el 35 aniversario de la fundación de la República Popular de China, se realizó un gran desfile militar y una fiesta de fuegos artificiales en la Plaza Tiananmén. CCTV realizó un gran esfuerzo logístico, utilizó 5 OB (Outside Broadcasting Van), 23 cámaras y 14 equipos de microondas para transmitir en vivo y en directo a todo el mundo a través de microondas y satélites internacionales (Yang Weiguang, 1998: 145).

Yang Weiguang refiere que el XIII Congreso Nacional del Partido, celebrado en

octubre de 1987, dio una gran fuerza a la reforma de los programas informativos de televisión. El informe político de la conferencia señaló: "Debemos aumentar las informaciones de los asuntos del partido a través de todo tipo de las herramientas modernas de propaganda"; "las situaciones o problemas principales deben ser conocidos y discutidos por los públicos". De acuerdo con este espíritu, CCTV realizó por primera vez la emisión en directo de las ceremonias de apertura y clausura del Congreso del Partido: transmitió 67 noticias y 13 temas, con un tiempo total de emisión de 25 horas y 15 minutos (Yang Weiguang, 1998: 146).

En 1988, CCTV propuso que "los programas informativos deberían liberarse de la influencia de la radio, periódicos y películas, y aprovechar al máximo sus ventajas en la comunicación multicanal" (Li Dongsheng, 1996: 25).

Durante este período, la exploración y la reforma de los programas informativos de televisión de China aún no habían alcanzado un lugar alto en la escala y no ha hubo un gran avance en un periodo largo. Sin embargo, el número de los programas informativos de TV aumentaron día a día aunque con sus deficiencias: primero, la configuración del programa era más arbitraria e inestable; en segundo lugar, la orientación del programa crecía en profundidad pero el estilo resultaba monótono; en tercer lugar, los presentadores no eran sobresalientes.

2.9.3. La etapa de desarrollo de alta velocidad

En 1992, el discurso de Deng Xiaoping en el sur de china y la convocación del *XIV Congreso Nacional del Partido* estimularon el entusiasmo de la gente para construir el socialismo con las características propias de China. En este contexto social, los programas informativos de televisión entraron en un período de gran desarrollo.

Desde 1993, los programas informativos se han convertido en el alma principal de los programas de televisión y cubrieron más del 80% del país. Entre los miles de programas de televisión existentes en toda China, hay más de 800 programas informativos (Lei Yuejie, 2003: 30). El modelo general de difusión de noticias de la televisión china se ha instaurado y la CCTV se alza como líder para la orientación en el desarrollo de otras estaciones de televisión.

En el proceso de madurez de los programas informativos de televisión de China tuvo como consecuencia su gran éxito entre los televidentes. Una encuesta de muestra de espectadores de la televisión nacional realizada por CCTV en 1997 mostró que, después de 1992, la psicología de la audiencia había cambiado significativamente. Antes de 1992, los televidentes chinos veían principalmente la televisión como "entretenimiento restante". Después de 1992, "aprender el mundo, lograr la información" se convirtió en la principal motivación para que los espectadores vean la televisión (Liu Xiliang, 2007: 311).

El 1 de marzo de 1993 la CCTV fundó el programa "Morning News" para lograr

12 transmisiones de noticias por día; y el 1 de mayo comenzó su andadura "Horizonte Oriental". Ambos fueron considerados como el principio de reforma de los programas informativos de televisión. Esta reforma que comenzó en 1993 también experimentó con un nuevo concepto de televisión: revisar la relación entre los medios de comunicación y la audiencia y reconociendo la ley exclusiva de transmisión. Se comenzó a experimentar con una nueva forma narrativa televisiva: la actitud debe ser sincera y pacífica; el contenido de la narración debe ser interesante para el público, sabiendo utilizar debidamente el suspense; y el efecto de la narración debe ser realista y atractivo.

Durante este período, el nuevo concepto de televisión se estableció gradualmente, Continuaron surgiendo nuevos formularios de programas informativos de televisión en varios aspectos, como el tema, el contenido, la función, el estilo, etc., formando inicialmente un modelo estereoscópico, estilizado, multicapa y multifuncional de difusión de noticias de televisión. La tecnología electrónica logró un rápido desarrollo y se aplicó rápidamente a la producción de programas de noticias. En ese periodo hubo noticias trascendentales para China como la transferencia de la soberanía de Hong Kong por parte del reino Unido (1997), el cierre del río Amarillo (1997), la transferencia de la soberanía de Macao (1999); la guerra de Irak (2003)... todos estos eventos se emitieron por CCTV con el modo directo, lo que demostró la avanzada tecnología. En la historia del desarrollo de las noticias de la televisión china, tuvo un significado importante.

También durante este período, los programas informativos de televisión de China

lograron un progreso cualitativo en varios aspectos: en la calidad de las noticias, las formas de programas, los conceptos de producción e influencia social.

El CCTV 13-noticias es el producto final de este turno de reforma. Se establecieron varios influyentes programas informativos de televisión, y se mejoró la capacidad de responder a los eventos importantes: desde la emisión en directo sobre la transferencia de la soberanía de Hong Kong en 1997 hasta la transmisión en vivo de la guerra en Irak en 2003. El nacimiento del CCTV13-noticias indicó que un nuevo turno de reformas de los programas informativos de China había comenzado. El éxito de los programas informativos de televisión consistió en cómo se acercaron a la realidad, a la vida y a la gente.

2.9.4. La etapa del desarrollo diversificado

"El CCTV 13-noticias es un producto necesario de la información social, la especialización de canales, la competencia de comunicación global y el progreso de la tecnología de la información" (Xie Qinliang, 2006: 79). El CCTV 13-noticias se ha convertido en una plataforma icónica para la difusión de noticias televisivas modernas.

CCTV 13-noticias acabó con el modo tradicional de difusión de noticias televisivas y utilizó emisión en directo e informes de seguimiento durante mucho tiempo sobre importantes eventos para expandir en gran medida el espacio para reportajes televisivos. Esto elevó la oportunidad de las noticias de televisión y

también aumentará la amplitud y profundidad de los informes de noticias de televisión. El CCTV 13-noticias ha completado la transformación de los contenidos especializados desde varios aspectos y ha establecido inicialmente un moderno sistema profesional de difusión de noticias televisivas.

A juzgar por la situación actual del CCTV 13-noticias, todavía no hay suficiente capacidad de recopilación de noticias y no hay suficientes periodistas excelentes en el país. Se utilizan mucho documentos e imágenes de las estaciones extranjeras para la información internacional. Aunque los programas informativos de televisión tienen la capacidad de cubrir todas las regiones nacionales a través de satélites, la mayoría de ellos no tienen ninguna ventaja en el mercado nacional, el mercado regional sigue siendo su principal mercado. Es decir, las audiencias de los programas informativos de televisión son locales. Entonces el mercado local juega un papel muy importante para el desarrollo de los programas informativos locales.

El desarrollo de los programas informativos de televisión local en esta etapa se centró principalmente en las noticias sobre los medios de vida de las personas. En 2002, la difusión del programa "Nanjing Cero" produjo un boom de noticias sobre los medios de vida, y rápidamente se ha extendido desde Nanjing a todo el país. Las noticias sobre los medios de vida enfocan todos los rincones de la vida pública, tales como la moral, la compra de vivienda, el seguro médico, la fluctuación de precio, la enseñanza, el tráfico, la seguridad, el derecho de consumidores, etc. Todos estos contenidos informativos están relacionados con la

vida cotidiana de la gente, por lo que dada su utilidad han sido muy aceptados por los públicos. Liu Chengfu ha explicado que con la profundización de la reforma de los programas informativos de televisión de China, la televisión ha tenido un proceso de monismo a pluralismo. Es decir, antes la función de la televisión era dar noticias y ser un portavoz del gobierno, pero ahora ya ha formado un conjunto de propagación, supervisión, comunicación y servicio, por lo que la idea de popularización da la luz a la noticia sobre los medios de vida (Liu Chengfu, 2006: 176).

A pesar de que las noticias sobre los medios de vida de las personas tienen la característica de cuidar y entender la humanidad, satisfaciendo las necesidades de la gente y salvaguardando sus intereses para lograr el respeto básico por los derechos humanos, también tiene la idea de la democracia como base. Sin embargo, muchos programas de televisión sólo informan las noticias triviales, por lo que descuidan las principales obligaciones los medios de comunicación. Con el fin de ganar alta medición de audiencia, muchos programas informativos muestran una tendencia trivial y vulgar en la selección de las noticias (peleas, accidentes automovilísticos, mendicidad, robo, suicidio, superstición). Zhu Shoutong afirma que la televisión no sólo crea los contenidos aburridos, sino también crea las audiencias aburridas (Zhu Shoutong, 2006: 4).

Con la aceleración del ritmo de la "globalización", la televisión de China se ha alineado gradualmente con la televisión mundial. Esta es una oportunidad y un desafío para el desarrollo de los programas informativos de China. En el proceso

histórico de "dejar que el mundo entienda a China y dejar que China vaya al mundo", los medios de comunicación televisivos deberían jugar un papel más importante.

Al mismo tiempo, con el progreso de la sociedad, la gente está prestando más atención a los derechos humanos. Bajo el contexto del unipartidismo de China, el país tiene que respetar los derechos del público para ganarse su apoyo. En la sociedad actual, las personas no sólo tienen los requisitos materiales como los alimentos, sino que también prestan más atención a las necesidades espirituales. La curiosidad de las personas y el aumento de la alfabetización cultural requieren que los nuevos medios sean transparentes en la información. La supervisión de opinión pública primeramente surgió en el extranjero, el desarrollo de la técnica hace que los chinos entiendan mucha cultura del exterior, por lo tanto, ellos también prestan más atención a la opinión pública y esperan participar en la supervisión de opinión pública. Los programas de supervisión de opinión pública tienen un significado especial para el público. No solo pueden entender a la sociedad, entender el país y entender el mundo a través de dichos programas, sino también pueden cambiar el país y sus propias vidas mediante la opinión pública. Por lo tanto, es necesario analizar algunos de los programas más famosos de China porque están estrechamente relacionados con nuestro futuro e incluso tienen una gran causalidad con la estabilidad del país.

CAPÍTULO III. Análisis de los programas de supervisión de la opinión pública de China

En la actualidad, la necesidad de la gente de conocer la verdad es creciente. La información periodística proporciona conocimiento y ensancha el concepto de realidad y de ubicación en el mundo. Los programas informativos de televisión son populares precisamente por eso, porque proporciona un tipo de conocimiento que no cesa. Junto a ello, la supervisión de opinión pública es una de las funciones más importantes de los medios de comunicación. En este sentido, los programas de comentarios y los programas de investigación tienen una gran audiencia y son populares en China. Este trabajo analiza principalmente los dos tipos de programas insertos en la realidad china, tanto por las características políticas como territoriales.

3.1. Breve apunte sobre la configuración territorial de la República Popular China

China

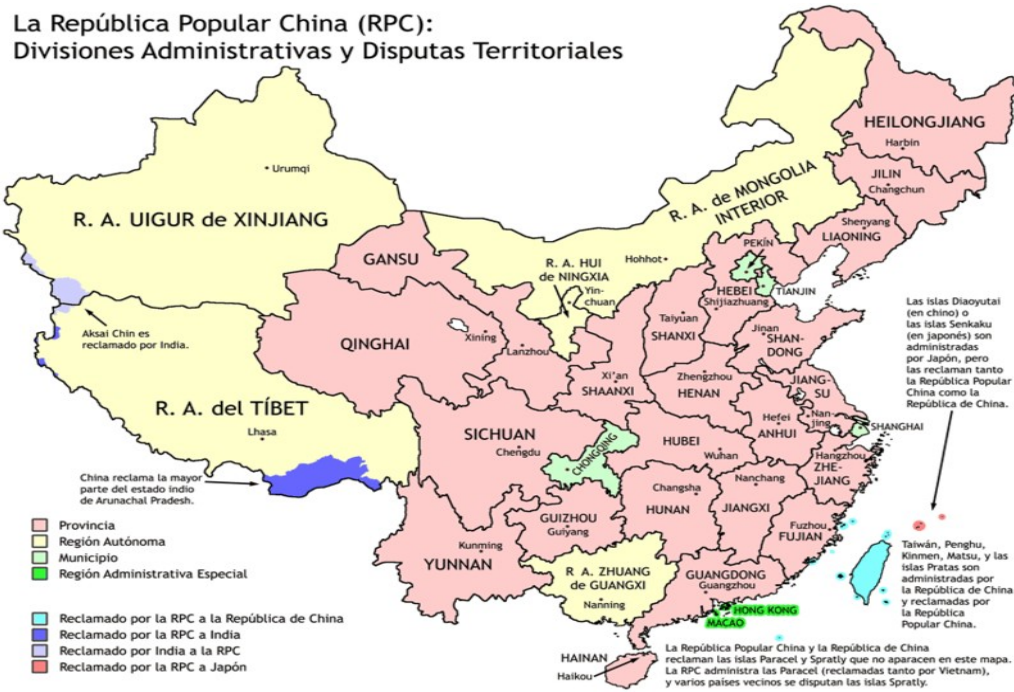


Imagen 5. Configuración territorial de la R. P. China. Fuente:
https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_territorial_de_la_Rep%C3%BAblica_Popular_China#/media/Fiche:Regiones_de_China.PNG

En la tabla siguiente se ofrecen datos concretos sobre los tipos de división territorial y su número.

Tabla 1. Configuración territorial de la R. P. China. Fuente:
https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_territorial_de_la_Rep%C3%BAblica_Popular_China)

Nivel	Nombre	Tipos	Chino	Pinyin	Número
1	Nivel provincial 省级行政区	Provincias (China reclama como provincia Taiwán)	省	shěng	22 (23*)
		Regiones Autónomas	自治区	zìzhìqū	5
		Municipios	直辖市	zhíxíashì	4
		Regiones administrativas especiales	特别行政区	tèbié xíngzhèngqū	2
2	Nivel prefectura (de facto) 地级行政区	Prefecturas	地区	dìqū	17
		Prefecturas autónomas	自治州	zìzhìzhōu	30
		Ciudades-prefecturas	地级市	dìjīshì	283
		Ligas	盟	méng	3
3	Nivel distrito (o de condado) 县级行政区	Condados	县	xiàn	1.464
		Condados autónomos	自治县	zìzhìxiàn	117
		Ciudades municipios	县级市	xiànjíshì	374
		Ciudades distrito	市辖区	shìxiáqū	852
		Banderas	旗	qí	49
		Banderas autónomas	自治旗	zìzhìqí	3
		Distrito forestal	林区	línqū	1
		Distrito especial	特区	tèqū	2
4	Nivel cantonal 乡级行政区	Villa	乡	xiāng	14.677
		Villas étnicas	民族乡	mínzúxiāng	1.092
		Poblado	镇	zhèn	19.522
		Subdistritos	街道办事处	jiēdàobànshìchù	6.152
		Distrito del condado	区公所	qūgōngsuǒ	11
		Sumu	苏木	sūmù	181
		Sumu étnico	民族苏木	mínzúsūmù	1
5	Nivel municipal (de facto) 村级自治组织	ciudad-comunidad (社区)	社区居民委员会	jūmínwěiyuánhùi	80.7172
		Grupo de aldeanos (村民小组 cūnmínxiǎozǔ)	村民委员会	cūnmínwěiyuánhùi	623.6693
		** Aldea administrativa (行政村, xíngzhèngcūn)			
		** Aldea natural (自然村, zìrán cūn)			

China tiene un vasto territorio. Dado que las regiones administrativas de la República Popular China (provincias, regiones autónomas, ciudades, condados) tienen sus propias estaciones de televisión, la República Popular de China es tal vez el con el mayor número de estaciones de televisión. Las de televisión se

dividen en estaciones de televisión local y estaciones de televisión nacional. Entre estas últimas, **Televisión Central de China**, abreviado como **CCTV**, es una estación de televisión nacional que tiene 45 canales de TV. Las televisiones locales generalmente informan sobre noticias locales. Por esta razón este trabajo de investigación selecciona tres programas de CCTV como estudios de caso: “Noticias 1+1”, “La investigación de noticias” y “Temas en focos”. Los tres programas informativos tienen un alcance nacional, son muy famosos en China y tienen una gran influencia en la supervisión de opinión pública.

3.2. Análisis del programa “Noticias 1+1”

3.2.1. Introducción: información sobre el programa "Noticias 1 + 1"

- Nombre del programa: "Noticias 1 + 1"
- La unidad de producción: Televisión Central de China.
- Canales de difusión: China Central TV-noticias (también conocido como CCTV-13 Noticias)
- Horario de difusión: la primera transmisión es a las 21: 30 a 21: 55 de lunes a viernes. Se retransmite a las 1:30-1: 55 y 4: 30-4: 55 al día siguiente.
- Tipo de programa: programa de comentario²⁸

²⁸ Disponible en: <https://baike.baidu.com/item/%E6%96%B0%E9%97%BB1%2B1>

- Modo de transmisión: en directo
- La duración del programa: Cada edición dura 25 minutos.
- Estructura del programa: en la etapa inicial fue generalmente una conversación cara a cara entre un presentador y un observador de noticias. Desde 2008, ambos papeles pueden intercambiarse. A veces, el presentador comenta la noticia con algún experto a través de teléfono o video y, ocasionalmente, se invita al protagonista de una noticia a encontrarse cara a cara con el presentador en el estudio.



Imagen 6: El símbolo del programa "Noticias 1 + 1" (Fuente: <http://tv.cctv.com/lm/xinwen1j1/>)

En el proceso de transmisión de noticias, el periodismo informativo y el periodismo de opinión son las dos formas básicas y necesarias. La opinión es el alma del periodismo, es la presentación del pensamiento de los medios de comunicación, también es el símbolo de la situación ideológica de los medios de comunicación. Con el desarrollo de los nuevos medios, la población tiene más oportunidades de elección para informarse. En este entorno de medios, el público no está satisfecho con un conocimiento básico de la información noticiosa, también tiene curiosidad por conocer otros enfoques de las noticias. Por esa razón, algunos programas de comentarios (interpretación, opinión) se han

convertido en los protagonistas porque constituyen una guía necesaria en el mapa sin fin de las noticias diarias. El sujeto de comentario también juega un papel en la orientación y supervisión de opinión pública en el proceso de la interpretación de noticias. Se puede afirmar, al menos en la realidad china, que el periodismo cambia de tiempos: de la “era de transmisión” a la “era de la interpretación y el comentario”.

"Noticias 1 + 1" es un programa informativo de comentario sobre los acontecimientos actuales. Cada edición selecciona los temas más recientes e importantes con el fin de comentarlos. "Noticias 1 + 1" rompe audazmente la forma tradicional de la transmisión de noticias. Utiliza la forma de transmisión en directo para mostrar completamente a la audiencia las noticias del día e interpretar los ángulos de las informaciones y su alcance. Además, por primera vez se utiliza el nuevo modelo de emisión llamado "1 + 1", es decir, hace referencia al modo de conversación entre un presentador y un observador de noticias. Los presentadores principales de "Noticias 1 + 1" son Bai Yansong y Dong Qian, y el observador puede ser un experto en cualquier campo profesional o un comentarista de noticias. Desde su lanzamiento, no sólo ha ganado los elogios de la mayoría de las audiencias, sino que también ha recibido mucha atención de los medios de comunicación. Desde el 1 de agosto de 2011, "Noticias 1 + 1" fue revisada nuevamente. El programa busca avances en el modelo de emisión, y el modo de conversación entre el presentador y el observador se combina con el rol de comentarista por el presentador. Es decir, el presentador se

divide en dos roles, no sólo informa noticias, sino también analiza y comenta las noticias.

3.2.2. La definición del programa de comentario.

¿Qué es un programa de comentario? Tu Guangjin, profesora de la Universidad de Renmin de China, lo define en su libro *Periodismo de Radio y Televisión* como “el que utiliza una variedad de formas de transmisión, tales como el sonido, la imagen, la letra de la pantalla, el comentario y el lenguaje de discusión. El comentario de noticias que tuvo la integración de audio-visual, fue un figurativo comentario político” (Tu Guangjin, 1998: 32). En su explicación, hay tres palabras claves: televisión, comentario y comentario político. El comentario de televisión es diferente al comentario de prensa y el de radio, tiene como ventaja, además de los apoyos audiovisuales, la capacidad de intuición. Sun Guobao considera que “mediante esta forma de transmisión y estos símbolos, el programa de comentario fue un género de programa de televisión que no sólo difundió las informaciones verdaderas sobre los eventos recientes, sino también expresa la información de opiniones diversas” (Sun Guobao, 2008: 144). Por su parte, el profesor Ye Zi agrega: “el programa de comentario se refiere a un género de periodismo de opinión que expresa la opinión y la actitud sobre las noticias. Su tarea principal no sólo es difundir la verdad del evento, sino también indicar su opinión y actitud sobre los eventos mediante el análisis completo. Con este modo, se influye y se orienta la opinión pública social” (Ye Zi, 2007: 268). Según esta

definición, el comentario de noticias de TV tiene la función de orientar la opinión pública y la función de supervisar. Zhong Fulan, profesor de la Universidad Norma del Este de China, consideró: “El programa de comentario puede orientar la opinión pública, practicar la supervisión de opinión pública y servir a la vida pública, también es un género de programa de televisión que mantiene una tendencia política” (Zhong Fulan, 2006: 30). Tan Tian, profesor de la Universidad de Jinan, en su artículo “La televisión de China pide el periodismo de opinión” indicó: “En la era actual, la televisión de China debe afrontar activamente los retos de los nuevos medios de comunicación, y construir un poderoso campo de opinión pública para ser entregada en la difusión de información de asesoramiento entre los medios de comunicación y el público (Tan Tian, 2009: 32).

Para definir el programa de comentario muchos estudiosos propusieron sus dudas, pero la mayoría de ellos piensan que el comentario de noticias debe utilizarse como una amplia presencia en los programas de televisión. Sun Cushing, redactora y subdirectora de CCTV, desde su práctica profesional, afirma en su libro *Década: A partir del cambio de voz de televisión, Beijing*: “los comentarios deben ser un contenido, no deben ser una forma del programa de televisión” (Sun Yusheng, 2003: 487).

En resumen, el programa de comentario es un género de televisivo que se refiere a la difusión de noticias y el análisis sobre ellas, que tiene función de orientar la supervisión de opinión pública, y tiene una tendencia política.

3.2.3. El proceso del desarrollo del programa de comentario

Durante los primeros 20 años de su existencia, los programas informativos de la televisión china fueron muy simples y sus informaciones procedían del “Diario de Pueblo”. Después de la *III Sesión Plenaria del XI Comité Central del Partido Comunista de China* (22 de diciembre de 1978)²⁹, el periodismo chino entró en un nuevo período de desarrollo vigoroso. Durante esos 40 años que han transcurrido se ha experimentado el período de prueba, el período de exploración y el período de desarrollo. En aquella 3ª sesión plenaria del XI Comité Central del PCCh, Deng Xiaoping pronunció el discurso titulado "Liberar el espíritu, buscar la verdad en los hechos, unirse de forma unánime y mirar hacia el futuro", en el que señaló que para resolver los problemas heredados del pasado era preciso adherirse al principio marxista de buscar la verdad en los hechos y corregir los errores descubiertos. El Comité Central llegó a la conclusión de que para dedicarse plenamente a las reformas económicas, a la apertura hacia el exterior y las "cuatro modernizaciones" (industria, agricultura, defensa nacional y ciencia, con muy especial atención a la educación) era absolutamente necesario "hacer de China una moderna y poderosa nación socialista antes de final de siglo".

²⁹ La *III sesión plenaria del XI Comité Central del Partido* fue histórica por los cambios trascendentales en la historia del Partido Comunista y en el desarrollo de China. Se dio el primer paso para la reforma de la estructura económica y de la estructura política del país, cambios conocidos como "Reforma y Apertura". En aquella sesión del 22 de diciembre de 1978, Deng Xiaoping logró las riendas del Partido, aunque Hua Guofeng seguía siendo nominalmente presidente.

3.2.3.1. Período de prueba (1980-1985)

El 12 de julio de 1980 la Televisión Central de China difundió el programa llamado "Observaciones y reflexiones" que no sólo marcó el surgimiento del primer programa fijo en la historia de la televisión china, sino también significó la aparición de un estilo nuevo y peculiar. Se combinó el sonido, la imagen y la palabra, la entrevista en escenario y el análisis inmediato, el debate del reportero. A pesar de que en aquel momento la técnica y la calidad del programa fueron muy inestables e imperfectas, el seguimiento masivo del programa "Observaciones y reflexiones" significó que la televisión china había encontrado su camino propio.

En este periodo de prueba, la televisión china no rechazó utilizar los comentarios públicos, por ejemplo, en el programa informativo llamado “Xinwen Lianbo” de la televisión central de China se insertó el llamado “foro de audiencias”. Finalmente este programa se cerró porque carecía de las características de la televisión, pero fue considerado como una prueba muy positiva de la acción y contribución de los periodistas de la televisión.

3.2.3.2. Período de exploración (1988 - 1994)

En 1988 se determinó el ciclo de los programas fijos, la hora de difusión, el distintivo del presentador fijo y el estilo propio para asegurar grupos fijos de audiencia. Además, en este período los programas informativos tuvieron las siguientes características:

1. Aparecieron los programas de comentario con continuidad. Es en este periodo cuando surgen algunos de los espacios informativos más representativos en la televisión, como “La observación de los reporteros”, del canal Fujian; “La ventana de la sociedad”, del canal Anhui; “Enfoque social”, del canal Guangdong; “18 minutos de sociedad económica” y “BTV habla en noche”, del canal Beijing, etc. Cada programa estuvo innovando constantemente su forma de presentar. Entre ellos, "18 minutos de sociedad económica" se enfocó en el uso del estilo documental y la entrevista grabada; "BTV habla en la noche" presentó más atención a la forma de la entrevista en estudio; "La observación de los reporteros" comenzó a utilizar la investigación en profundidad y la inserción de comentarios para informar y valorar continuamente los acontecimientos. Fue una época en la que la mayoría de los medios audiovisuales emprendieron una exploración para innovar sus contenidos y las formas de los enfoques.

2. El ámbito de los temas de los programas de comentario se amplía considerablemente. Los periodistas tomaron conciencia de planificación de las noticias. Los temas de los programas se refirieron a la política, la economía y la vida cotidiana de las personas y algunas zonas restringidas hasta entonces dejaron de serlo gradualmente.

3. Se afianzaron las características propias de los programas de comentario. En este período aumentó la competencia entre las diferentes estaciones de televisión lo que hizo aumentar los programas de comentario y su éxito. En mayo de 1993, el programa llamado "El tema de Yidan", difundido por la Televisión Central de

China, fue el primero que su nombre era el de su presentadora. Ella, Jing Yidan, se convirtió en una de los primeros presentadores fijos en los programas de supervisión de opinión pública.

3.2.3.3. El período de desarrollo (1994 hasta la actualidad)

El 1 de abril de 1994, la difusión de “Temas en focos” se consideró el comienzo del gran desarrollo de los programas de comentario. La forma de análisis fue más plural y la supervisión de la opinión pública fue más intensa. Al mismo tiempo, este programa difundió cada día en el horario estelar de la televisión, y prestó la atención no solo a los nacionales sino también internacionales. Así los programas de comentario ascendieron a los niveles más altos de audiencia y se generó un efecto sin precedentes. En lo sucesivo, las televisiones provinciales comenzaron a crear programas parecidos a “Temas en focos”. Las características principales de este período del programa de comentario incluyeron:

- La amplitud y profundidad. Cuando el primer ministro Zhu Rongji visitaba el programa "Temas en focos" apuntó: "la supervisión de opinión pública, la voz de las masas, el espejo del gobierno, la vanguardia de reforma." La dedicatoria de Zhu Rongji indica una parte de las funciones del programa de supervisión de opinión pública. El estilo de este tipo de programas se afianza: explicar, orientar y coordinar, y hacer que la supervisión de la opinión pública su orientación forme una interacción beneficiosa.

- La modalidad del programa de comentario es más abundante. La televisión central de China abrió continuamente programas de comentario como “Cara a cara”, “La investigación de noticias” y el programa de entrevistas llamado “Decir la verdad”. Estos programas fueron las representantes de la supervisión de opinión pública, y ellos difundieron los mismos temas con diferentes formas. Cuando Estados Unidos bombardeó la embajada china en Belgrado, “Temas en focos” difundió una serie de comentarios, “La investigación de noticias” difundió el informe explicativo, y “Cara a cara” emitió los comentarios del presentador. Esto fue una innovación en lo que se considera el ámbito informativo.

- La competencia entre los programas de comentario son cada vez más feroces. Con la agudización de la reforma social, la creciente complicación del entorno de vida, el aumento de la conciencia democrática y la disminución de la comunicación interpersonal, la competencia entre los diferentes medios de comunicación se refleja directamente en sus programas más representativos. Además, el departamento de Educación, el ministerio de Economía, el departamento de Deporte y otros departamentos también inauguraron sus programas de comentarios. La presión exterior e interior hizo que el programa de comentario encontrara un gran desafío en este período.

3.2.4. El formulario del programa de televisión de comentario de China

“El formulario del programa de televisión se refiere a una forma de presentación que se corresponde con el contenido, que es el núcleo de producción del programa

y que proporciona un método de procesamiento para diferentes contenidos" (Wang Caiping, 2005: 8). El programa informativo de televisión es la unidad de contenido y forma, y la forma lleva el contenido. Diferentes formas del programa ofrece diferentes sensaciones al público. Por eso, las nuevas ideas y los nuevos contenidos deben buscar la creatividad y la eficacia receptiva. Ye Zi cree que "el formulario del programa es la estructura del contenido y forma del programa de televisión, constituye el modelo básico y determina la forma específica del programa" (Ye Zi, 1999a: 46). Entonces se puede considerar que el formulario del programa de televisión se refiere específicamente al contenido, la forma y la cualidad del programa, es una plantilla de diseño que se forma por elementos tales como tema, narración, audiovisual, etc.

Las fórmulas principales del programa de comentario son interpretaciones de las noticias, entrevistas y comentarios por parte del presentador. Respecto a dos últimas analizamos diferentes aspectos:

A) La fórmula de la entrevista

1. Entrevista de televisión: son debates en directo entre presentador e invitado sobre un evento específico o tema social en un estudio u otro lugar fijo. Su utilidad es la de expresar las opiniones e ideas por medio de la conversación. La entrevista de televisión es un formulario nuevo que combina la comunicación interpersonal humana y la comunicación de masas. Es decir, los entrevistadores comunican cara a cara, de manera que todo el mundo tiene una

comunicación directa, y sus opiniones sobre un cierto evento se difunden directamente. Esta fórmula de programa de comentario y otros medios de comunicación impresos como los periódicos tienen algunas similitudes, pero en Tv tiene las características audiovisuales. En el programa de comentario televisivo, el mejor uso es la comunicación oral, la conversación. Según las diferentes formas de comunicación, este tipo de programa de televisión se puede dividir en tres formas:

- La primera es entrevista de diálogo. Generalmente el presentador presenta la pregunta, luego el invitado hace una respuesta explicativa a través de su propia comprensión y la perspectiva amplia sobre el tema. Es decir, se expresa comentario y actitud mediante la comunicación. En el diálogo del programa, los invitados pueden expresar libremente sus puntos de vista, además, el público puede obtener opiniones y comprensiones diferentes a partir de la discusión de los invitados, al mismo tiempo la apasionada discusión de los invitados activa inconscientemente el entusiasmo del público y, finalmente, esta forma de entrevista ejerce una indudable atracción en el público porque se ve obligado a calibrar las opiniones del entrevistador y del invitado. Los programas representantes de esas fórmulas son “Noticia 1+1” de CCTV y “Newslines” de Televisión Phoenix.

- La segunda es la entrevista con el modo de chat, generalmente el programa de televisión invita a los funcionarios asociados con el programa, los expertos y las élites para expresar sus comentarios e intercambiar sus puntos de vista

sobre los eventos populares. Tales programas de televisión generalmente no buscan respuestas correctas o acertadas, pero combinan la difusión de información, la diversidad y el análisis. En esos programas de televisión todos los tipos de opiniones se expresan libremente, no sólo proporcionan una información completa y creíble, sino también inducen a la audiencia a pensar con más método.

- La tercera es la entrevista con el estilo de foro. Los típicos programas son “Decir la verdad” de CCTV; “El estudio oriental”, de Televisión Dragón; y “El debate sobre asuntos actuales”, de Televisión Phoenix. La principal forma de presentar en este modelo es la búsqueda de la colisión ideológica y el intercambio de múltiples puntos de vista. El invitado es el sujeto de la difusión de opiniones, y el presentador es coordinador durante la entrevista. La mayoría de los temas de esos espacios de televisión tratan sobre la vida cotidiana del público.

B) La fórmula del comentario

El programa televisivo de comentario generalmente difunde y analiza los acontecimientos recientes o eventos inesperados a partir de las imágenes, los sonidos y subtítulos. La investigación del reportero y el análisis del presentador son el foco del programa. Por ejemplo, “Temas en focos”, programa de comentario muy famoso en China, ha formado su propio modelo: en el inicio el presentador hace una introducción de comentario sobre las noticias, después se

usan las imágenes y sonido para ver el evento y el detalle de la historia y, finalmente, el presentador hace una conclusión con un comentario breve. “El programa de comentario del presentador de televisión se refiere a la participación directa del presentador en todo el proceso de planificación, redacción y difusión. Se funde a narración y la filosofía, la personalización y la personificación” (Sun Guobao, 2008: 146). Es evidente que el presentador juega un papel muy importante en el programa de televisión.

3.2.5. El foro del programa “Noticias 1+1”

Con la popularidad de la red y el continuo desarrollo de la tecnología de los medios de comunicación, así como la era 3G, el canal de transmisión de las informaciones ha cambiado. En el nuevo mecanismo operativo, el medio de comunicación ya no puede buscar el éxito sólo con noticias exclusivas, lo que se intenta es revelar las cuestiones ocultas de los hechos a través de la investigación y del razonamiento para que la audiencia pueda tener un mayor conocimiento sobre la naturaleza, la causa, los antecedentes y contextos, el significado, la influencia y la tendencia de desarrollo del evento. Así el medio de comunicación puede obtener una victoria en la fuerte competencia existente.

Nadirashvili dijo en su libro *La psicología de la propaganda* lo siguiente: “Cualquier información y descripción de los hechos sin especial explicación ni comentario, solo influye en afianzar los estereotipos de la gente” (Надирашвили [Nadirashvili] И.А., 1984: 21). En la sociedad actual, los diferentes

pensamientos y valores están chocando, y las diferentes culturas se mezclan. Con el rápido desarrollo de la tecnología digital, la gente recibe a diario mucha información desde diferentes canales, por eso no sólo necesita la comprensión sobre los detalles de los eventos, sino también necesita el deferente análisis de los medios de comunicación. Con el fin de mejorar y jugar con su capacidad de orientar la opinión pública con eficacia, los medios de comunicación deben recurrir a su derecho de interpretación. “El derecho de interpretación no es un derecho de los medios de comunicación, sino es una sentencia reconocida en base a los sergas anteriores. Es decir, mediante las ediciones de programas, la gente ha obtenido una valoración sobre la capacidad de comentar y calidad de de los programas de televisión en su mente” (Tang Yi, 2009: web)

En este caso, como único medio de comunicación nacional, CCTV necesita un avance. Sin duda, el programa informativo es el núcleo de televisión, pero el programa de comentario es el alma de la televisión, por eso se ha convertido en una clave en la competencia entre los medios de comunicación.

El programa "Noticias 1 + 1" se llamó primero, hasta 2006, "Foro de CCTV". "Foro de CCTV" fue un programa de comentario del canal de periodismo de CCTV, su objetivo inicial era analizar y comentar las noticias que tuvieran más valores periodísticos, con el fin de mirar más allá de la superficie. En 2007, el profesor Zhao Zhengyu rastreó los contenidos del programa "Noticias 1 + 1" de febrero de 2005 a febrero de 2006, y encontró que “en el contenido de este programa la parte de narración fue mayor que la parte de comentario. Aunque los

temas se extendieron a los campos sociales, económicos, políticas, culturales y otras noticias populares, aparecieron un montón de flecos como en otros programas de comentario, tales como que la mayoría de temas políticos sirvió al gobierno y la oportunidad no fue suficiente" (Zhang Zhengyu y Wang Lini (2007: 17). Después del cierre del programa "Foro de CCTV" surgió un nuevo programa de comentario llamado "360°" cuyos presentadores fueron Shui Junyi y Bai Yansong. Su objetivo original fue difundir las noticias más populares, informar y analizar en profundidad los eventos, dar una pronta respuesta a los sucesos urgentes. En ese momento, y por las altas expectativas y atención despertadas, se consideró que era el líder de los programas informativos de la noche. Posteriormente, el 21 de marzo de 2007, se cerró por no cumplir esos objetivos originales. Así nació el programa "Noticias 1 + 1".

Desde el 1 de mayo de 2003 hasta hoy, el canal de periodismo de CCTV ha cambiado un total de cuatro veces, lo que evidencia que CCTV no quiere seguir el programa tradicional, sino que busca la innovación. En la actualidad, la gente tiene derecho de seleccionar su programa favorito de televisión y rechazar los programas que no le gustan, por lo que, ante la real competencia, todos los directores de los programas intentan crear un programa que llame la atención de la gente. La mejor manera es dar un espacio a la gente para pensar independientemente y expresar su opinión libremente. Como el único programa de comentario con emisión en directo, "Noticias 1 + 1" difunde el tema reciente y candente y lo analiza. Además, "Noticias 1 + 1" rompe la regla de transmisión de

los tradicionales programa de televisión, que utilizan el método “1+ 1”, es decir, cuando el foco del programa es el diálogo de un presentador y un observador de noticia.

3.2.6. Análisis del contenido del programa “Noticias 1 + 1”

Según los temas que ha difundido en los últimos años, el contenido del programa “Noticias 1 + 1” se puede dividir en la siguientes aspectos: los temas políticos, los temas recientes y los temas de emergencias. El análisis se basa principalmente en los temas de 2010. Aunque en el año 2010 no hubo momentos emocionantes como en el año 2008 ni tampoco catástrofes lamentables, sí sucedieron una gran cantidad de eventos importantes. Por lo tanto, se analizan los contenidos durante este año de 2010.

3.2.6.1. Los temas políticos

Tabla 2: Los eventos más importantes de 2010 sobre decisiones políticas

Fecha de emisión	Tema debatido
7 de enero de 2010	“La seguridad social: reforma con velocidad”
8 de febrero	“Reforma de la educación: dar esperanza a las personas”
8 de marzo de 2010	"La modificación de la ley electoral: un paso importante en el proceso democrático”
10 de marzo de 2010	“La interpelación mejora la supervisión”

En el debate del tema “La seguridad social: reforma con velocidad”, el programa mencionó primeramente el significado básico de esta reforma en la vida de los chinos. En 2009 la economía de China sufrió la crisis financiera global, supuso

un coste de 4 billones de yuanes para la seguridad social. Posteriormente se mencionaron dos eventos importantes que sucedieron en 2009: uno es la reforma de sistema médico y de la salud; otro es la prueba del seguro de pensiones en las zonas rurales. Después se informó sobre el estado de ejecución de los dos políticas. Finalmente se presentó el nuevo tipo de seguro de pensiones para los residentes rurales. Esta política estuvo relacionada con el interés del público, y tenía un gran significado para la vida del pueblo y para lograr la armonía social en las zonas rurales. Los campesinos pueden conocer los detalles del seguro de pensiones a través de este programa.

En “Reforma de la educación: dejar la esperanza a las personas”, el programa informó primeramente sobre el simposio de educación. El premier Wen Jibao propuso que el propósito de la educación es cultivar talentos y que el desarrollo de la educación debe cumplir los siguientes aspectos: a) promover activamente la reforma educativa; b) ampliar la autonomía escolar; c) promover la equidad en la educación. Luego el invitado expresó su comprensión sobre la reforma de la educación. Finalmente se destacó el significado de esta reforma política, y se expusieron propuestas y opiniones para promover esta reforma.

Obviamente se ve que el programa “Noticias 1 + 1” tiene su propio modelo para informar sobre los eventos de ajuste de las políticas: primeramente hace una explicación detallada sobre el contexto de la política y su realidad social; luego presenta las noticias relacionadas para que la audiencia entienda las posibles relaciones; se destaca la importancia y consecuencias del ajuste o cambio político

y las posibles dificultades que surgen en el proceso de su aplicación; finalmente, se hacen propuestas y se deja un espacio reflexivo para el público.

3.2.6.2. Los eventos sobre el desarrollo económico

Tabla 3: Los eventos más importantes de 2010 sobre decisiones económicas

Fecha de emisión	Tema debatido
5 de enero de 2010	“Long Yongtu: la economía china se desarrolla superando las dificultades”
5 de febrero de 2010	“La transformación para el desarrollo de la economía es urgente”

En el primer lugar está el tema sobre desarrollo económico “Long Yongtu: la economía china se desarrolla superando las dificultades” del 5 de enero de 2010. Esta edición resumió la situación económica del país bajo la crisis financiera a través de la entrevista con Long Yongtu, secretario general del Foro de Boao para Asia. En segundo lugar, insertó una noticia popular: un grupo de obreros chinos fue nombrado por la revista "Time" del año 2009. "Time" dijo que la economía china seguía manteniendo el mayor ritmo de desarrollo comparada con las principales economías del mundo, y condujo al mundo hacia la recuperación económica. Ello, según "Time", fue gracias a los millones de obreros de China. Así el programa destacó la contribución de los trabajadores chinos para el desarrollo de la economía china. Por último, se orientaron los hechos del público en esta situación económica.

El segundo ejemplo es el la emisión de “La transformación para el desarrollo de la economía es urgente”, de 5 de febrero de 2010. En esta edición se informó y se

analizó la idea propuesta y en el título. Se partía de la base argumental de que el modelo tradicional de desarrollo económico ya no cumplía con el actual desarrollo económico. Luego se informó ampliamente sobre el statu quo de la economía nacional e internacional en 2010; de este modo, indirectamente se demostró la necesidad de transformar del modo de desarrollo económico y se analizaron las previsibles dificultades durante ese proceso de transformación.

Para los eventos sobre el desarrollo económico de China, generalmente el programa “Noticias 1 + 1” informa primero sobre un importante evento económico como punto de partida, luego analiza desde lo simple a lo profundo, con el fin de revelar las consecuencias trascendentes que existen detrás de los fenómenos económicos, a veces aparentemente superficiales. Para la mayoría del público, la economía es un asunto muy aburrido, pero el programa “Noticias 1 + 1” introduce el tema económico a partir de los eventos populares. El comentarista es el ojo de este programa y debe tratar de acercar a los públicos los temas poco atractivos (como la economía) pero sí trascendentes haciendo ver la conexión en sus vidas.

3.2.6.3. Los temas humanos recientes

→ Los tres asuntos rurales: Agricultura, zonas rurales y agricultores.

El programa "Noticias 1 + 1" no suele incluir mucho contenido sobre los tres asuntos rurales, pero las ediciones sobre este tema tienen perspectivas únicas, y los comentarios son perspicaces porque dan un sentido creativo al público. Por

ejemplo, el programa "Noticias 1 + 1" emitió "Vamos a la ciudad" el 1 de febrero de 2010. En el comienzo del programa, el presentador mostró la foto de un trabajador migrante y su hija que estaban en un tren durante la época de Chunyun (la temporada de viajes del festival de primavera), y destacó la contribución e importancia de los trabajadores migrantes para la construcción urbana. Después difundió un vídeo que grababa la vida de los trabajadores migrantes en la ciudad. Desde el vídeo se pudo observar las intenciones de los trabajadores migrantes de dejar en la ciudad, pero ellos afrontarán muchos problemas, tales como el problema de registro de familia, el problema de empleo, etc. Luego informó sobre el No.1 Documento Central sobre las medidas específicas para resolver el problema de los trabajadores migrantes. Finalmente, el programa destacó la importancia del No.1 Documento Central, además indicó las posibles dificultades que podrían surgir durante el proceso de la aplicación de las medidas. A partir de la entrevista de este grupo especial, el programa "Noticias 1 + 1" observó, informó y comentó las condiciones de vida de los trabajadores migrantes. Al mismo tiempo el programa entrevistó a algunos trabajadores migrantes, y analizó el carácter de los personajes, así se extendió la discusión a todos los trabajadores migrantes. Según el comentario sobre los tres asuntos rurales, en el programa "Noticias 1 + 1" se vio que el modelo de este programa fue digno de aprender.

→ Los temas sobre personas destacadas y destacables

En los temas de todo el año 2010, sólo hay dos acerca de las personas ejemplares.

El 22 de abril de 2010 el programa "Noticias 1 + 1" informó sobre la muerte de

Juan Antonio Samaranch, el ex presidente del Comité Olímpico, y comentó el vínculo indisoluble entre él y China. Y el otro tema fue sobre una figura destacable, Guo Mingyi. El programa narró la historia de Guo Mingyi quien donaba sangre constantemente durante 20 años, y donaba casi la mitad de su salario a otra persona. Su historia conmovió muchas personas.

En el primer tema, se trataba de una persona muy destacada, el ex presidente del Comité Olímpico; en el segundo tema, la persona, un chino común, es, sin embargo, destacable. Ellos tienen diferentes profesiones y diferentes historias, pero igualmente conmueven a millones de espectadores. El programa "Noticias 1 + 1" analiza las historias de esas dos diferentes personalidades y logró un éxito objetivo y realista. El tratamiento dado en ambos casos fue la información, la narración, los testimonios y el análisis. Ese tratamiento es una de las singularidades importantes del programa "Noticias 1 + 1".

→ Los temas sobre sucesos atípicos

En 2010 el programa "Noticias 1 + 1" se centró en una serie de cuestiones atípicas o infrecuentes como la construcción de la isla turística internacional de Hainan. Hainan fue una provincia con ricos recursos turísticos. La decisión de construir una isla turística internacional contribuyó a la subida de los precios de la vivienda. La gente temió el surgimiento de la burbuja económica, por eso el programa "Noticias 1 + 1" informó sobre esta cuestión de Hainan. En lo relativo a la actitud del público hacia los altos precios de vivienda y las medidas del

gobierno respecto a ello, el programa "Noticias 1 + 1" relacionó realidades que afectan al público como los precios de la vivienda y el mercado inmobiliario, la política del gobierno y las causas y consecuencias del hecho. Este programa exploró las razones ocultas para llegar al significado real y, de este modo, pudo orientar al público para formarse una opinión.

→ Los temas sobre la supervisión de opinión pública.

Muchas personas prestan atención a los informes de supervisión de la opinión pública porque estos informes pueden revelar la verdad, ejercer la supervisión social y la orientación reflexiva para el público.

Las noticias sobre la supervisión de opinión pública se dividen en noticias duras y noticias blandas. Las noticias duras generalmente se refieren al medio de vida y el interés del público, que incluye la formulación y el cambio de las políticas importantes del país. Las noticias blandas generalmente se refieren a las noticias de servicio, noticias de entretenimiento, noticias deportivas, etc.

Tabla 4. La clasificación de los temas del programa "Noticias 1 + 1" en 2010.

Fecha	Título del programa	Contenido crítico
14/01/2010	农民工血汗钱：莫用血来讨！(El salario de los trabajadores: no mendigar por sangre)	Problemas sociales
25/02/2010	中毒的豇豆 (Caupí envenenado) ³⁰	Accidente industrial
03/29/2010	又见煤矿事故 (Accidente de mina de carbón)	Accidente industrial
02/04/2010	死不起？(No puedo darme el lujo de morir)	Accidente industrial
18/05/2010	药片利润 1300 %，救命还是要命？(Las pastillas se benefician 1300%, salvando vidas?)	Abuso de los privilegios
17/06/2010	招商，不能变成“招伤”！(La inversión, no puede convertirse en " Lesionado!")	Accidente industrial
24/06/2010	作弊，新的“高科技”产业？(Hacer trampa, la nueva industria de "tecnología"?)	Falsificación
23/07/2010	精神病院：进不去？出不来？(Hospital mental: ¿No puede entrar, ni salir?)	Problemas sociales
06/09/2010	建筑为什么被伤“筋”动骨？(¿Por qué está dañado el edificio?)	Accidente industrial
07/09/2010	被挪用的食品安全专项款(Malversar fondos especiales de seguridad alimentaria desviados)	Falsificación
14/09/2010	1 个贪官和 70 个开发商 (Un oficial corrupto y 70 promotores inmobiliarios)	Burocracia. Corrupción
04/10/2010	楼市：金九银十是个梦？(Mercado inmobiliario: es un sueño?)	Economía. Burbuja inmobiliaria
01/11/2010	危险的减肥药！(Pastillas de dieta peligrosas)	Falsificación
26/11/2010	免费的“陷阱”！(¡"Trampas" gratis!)	Falsificación
15/12/2010	“危险”的身份证！(¡Tarjeta de identificación "peligrosa"!)	Falsificación
30/12/2010	又是一个“神医”！(¡También es un "doctor divino"!)	Falsificación

³⁰ Caupí es el nombre de un tipo de frijoles del género Vigna

Los temas sobre la supervisión de opinión pública solamente ocupan una menor parte en el programa "Noticias 1 + 1", pero desempeña un importante papel de supervisar. Este programa principalmente comenta los temas sobre accidentes en la industria (incluyendo accidente minero y negligencia médica, etc.); sobre el abuso de poder en la industria (cargos arbitrarios representaron una gran proporción); sobre el fraude (incluyendo fraude económico, los productos falsificados, etc.); sobre la burocracia (el abuso del poder y la corrupción) y sobre la malversación. De la tabla se puede observar que la cantidad de noticias duras es mucho mayor que la cantidad de noticias blandas, también refleja indirectamente el intento del programa "Noticias 1 + 1" de mantener los intereses vitales del público. El programa se atreve a informar sobre temas espinosos y ayudar al público para conocer la verdad, así el programa protege el derecho de las personas a conocer. Por eso, este programa ejerce un papel importante en la supervisión de opinión pública.

→ Los temas sobre las actividades importantes.

En el 2 de noviembre de 2010, el programa "Noticias 1 + 1" emitió una edición sobre los Juegos Asiáticos de Guangzhou. En esta edición, se refirió la vida cotidiana del público durante el período de los Juegos Asiáticos. En esos días el metro y los autobuses fueron gratuitos, toda la ciudad estuvo lista para dar la bienvenida a los Juegos Asiáticos. Se analizaron estos Juegos desde el punto de

vista del público. Así el programa se acerca más cercano a la vida pública, y reduce la distancia entre el público y los acontecimientos. El programa ofreció información muy detallada sobre todos los aspectos de los Juegos Asiáticos por lo que el público pudo entender bien el evento.

3.2.6.4. Los temas sobre emergencias

En el Diccionario de la Lengua Española de la RAE, "emergencia" se define así: *Suceso, accidente que sobreviene // Situación de peligro o desastre que requiere una acción inmediata*. En general, el concepto de emergencia refiere a los desastres naturales, las graves circunstancias políticas y los brotes de enfermedades contagiosas y otros sucesos que suceden de forma imprevista y afectan al funcionamiento cotidiano de una comunidad, por eso el gobierno debe responderla de inmediato.

A partir de febrero de 2010, cinco provincias del sudoeste de China (Yunnan, Guangxi, Guizhou, Sichuan, Chongqing) sufrieron una grave sequía que afectó a más de 50 millones de compatriotas. El programa "Noticias 1 + 1" informó sobre esta situación y entrevistó en directo a los agricultores locales y funcionarios del gobierno. "Noticias 1 + 1", desde la perspectiva de un programa especial, presentó la vida difícil de las víctimas de la sequía. En total hubo tres ediciones sobre esta sequía. La primera se tituló “¡Sudoeste: ¡Sequía! ¡Sequía!”; la segunda, “La sequía del sudoeste: las necesidades urgentes de un seguro a largo plazo”; y

la tercera, “Prepararse para lo peor”. En la primera, “¡Sudoeste: ¡Sequía! ¡Sequía!”, se narró la sequía y se mostraron sus escenarios y escenas y se emitieron entrevistas con víctimas de la sequía. El título de esta edición utilizó la repetición retórica de la palabra “sequía” para destacar la gravedad y la influencia de este desastre; también llamó la atención del público para obtener empatía con las víctimas de la sequía. De este modo, produjo una opinión pública para ayudar la supervisión. La audiencia pudo ver el gran sufrimiento de las víctimas de la sequía y la tierra seca en la pantalla. Así surgió la opinión pública sobre este asunto y durante este periodo todo el país estaba discutiendo este accidente. En la segunda edición, “La sequía del sudoeste: las necesidades urgentes de un seguro a largo plazo”, se entrevistó a los dirigentes de los pueblos y a los funcionarios del gobierno y se comentaron las acciones gubernamentales para la ayuda en este desastre o catástrofe. Se pudo ver que el programa "Noticias 1 + 1" prestó máxima atención, y quiso supervisar las medidas del gobierno a través de la fuerza de opinión pública. La audiencia pudo observar así la reacción del gobierno y sus decisiones para disminuir las tremendas consecuencias de la sequía. Así, la audiencia desempeña su papel de supervisión. En “Prepararse para lo peor”, se informó sobre la presencia del presidente chino entonces, Wen Jiabao. Debido a la gravedad de la sequía del sudoeste, el presidente Wen Jiabao acudió a las zonas del desastre y dio la condolencia a las víctimas de la sequía. La audiencia fue testigo de esta visita presidencial. En las tres ediciones,

principalmente se informó sobre las condiciones trágicas de las víctimas de la sequía. "Noticias 1 + 1" supo reflejar la gravedad de la sequía en el sudoeste chino que afectó de modo tan infausto a millones de personas.

Los reportajes y los comentarios del programa "Noticias 1 + 1" sobre la sequía del sudoeste reflejaron las siguientes características: en primer lugar, el contenido es emotivo porque se trataba de una cuestión de alto interés humano, como hemos visto; en segundo lugar, se entrevista a las víctimas en una de las zonas más afectadas y se centra la atención en los agricultores; en tercer lugar, se informa sobre la presencia del presidente de la nación, lo que aumenta la conciencia pública sobre el desastre de la sequía del sudoeste; y en cuarto lugar, se orienta la supervisión de la opinión pública, así se ayuda a la recuperación de las zonas del desastre.

En el 14 de de abril de 2010 por la mañana se produjeron dos terremotos en la región de Yushu de Qinghai. El terremoto de mayor magnitud fue 7.1 grados, y el epicentro del terremoto se localizó cerca de la ciudad. Un gran número de viviendas residenciales se derrumbaron, las escuelas, los hospitales y otras instalaciones públicas fueron dañados gravemente, y el entorno ecológico se encontró gravemente amenazado. El terremoto de Yushu causó grandes pérdidas de vidas (1944 personas fallecidas) y bienes. Los medios de comunicación

informaron sobre esta emergencia rápidamente para ofrecer las noticias oportunas y también los comentarios precisos a la audiencia.

El programa "Noticias 1 + 1", en el segundo día del terremoto de Yushu, comenzó la discusión sobre esta catástrofe en 6 ediciones que se emitieron los días 15, 16, 18, 19, 22 y 23 de abril de 2010. En estas 6 ediciones, el programa "Noticias 1 + 1" mostró el escenario del terremoto y la reconstrucción de la ciudad, y expresó su preocupación a las víctimas del sismo. A través de las imágenes reales y los comentarios sencillos pero profundos, el programa "Noticias 1 + 1" tocó los corazones de la audiencia. Finalmente se estimuló y orientó el entusiasmo de la gente para ayudar a superar el desastre.

Otras emergencias en 2010 sobre las que el programa "Noticias 1 + 1" dedicó su espacio fueron accidentes repentinos. Por ejemplo, los programas “Otra vez ver el accidente minero”, “La inundación en la mina de carbón de Wang Jialing”, etc. En las ediciones sobre los accidentes mineros, el programa "Noticias 1 + 1" invitó a expertos para analizarlos, además los periodistas acudieron a los lugares de los accidentes para entrevistar a algunos testigos o supervivientes y centraron la atención en las causas de los accidentes mineros. De este modo, no sólo se informó a la audiencia sobre estos accidentes mineros sino que se consiguió ayudar a las víctimas y también fortalecer su capacidad de autoayuda. Para ello,

el programa "Noticias 1 + 1" no sólo informó sobre los hechos, sino que también los comentó.

3.2.7. Conclusiones parciales: las características del programa "Noticias 1 + 1"

1. La estructura es novedosa.

En el nombre del programa "Noticias 1 + 1", 1 + 1 se refiere a un modo de un presentador junto a un comentarista de noticias u observador. El modelo tradicional se basa en el presentador que informa y realiza el comentario unidireccional, un modelo poco flexible. El modelo del programa "Noticias 1 + 1" rompe ese modelo tradicional, es una innovación importante para los programas de comentario. Esta innovación de modelo generalmente proporciona al público frescura, conocimiento, entusiasmo y, en su caso, empatía. El programa "Noticias 1 + 1" con la imagen de "observador de noticias" y logra un avance en los espacios informativos de la televisión en China. Consigue una posición dominante en los programas de comentario por el novedoso modelo, y se garantiza la calidad y oportunidad del programa por la emisión en directo. Por todo ello, el programa "Noticias 1 + 1" logra ejercer una gran influencia en la audiencia. En eso consiste su éxito. El proceso de producción es mucho más complejo y costoso pero los resultados lo justifican.

Actualmente, la rápida proliferación de las informaciones causa el fenómeno de un excedente de noticias. Además, debido al aumento del nivel de educación y del nivel económico, el estado de la audiencia ha cambiado. En el pasado la audiencia era un receptor pasivo, pero con este tipo de espacios informativos con cuidada selección, tratamiento extenso y con la inclusión de los comentarios de especialistas, responsables, gobernantes y periodistas, todo ello muchas veces en directo, el receptor deja de ser pasivo para convertirse en activo. Por lo tanto, los programas informativos de televisión deben adaptarse al cambio de la audiencia, deben siempre innovar sus formatos para optimizar sus contenidos y deben considerar a la audiencia como un miembro activo, no pasivo.

En la actualidad, existe una nueva era en la que se reclama la democracia y los derechos ciudadanos. Los pueblos reclaman el derecho de hablar y el derecho de difundir. En los programas de televisión, el presentador debe convertirse en un portador de ambos derechos. Los locutores no pueden participar en la edición y la producción, pero el presentador debe participar en todo el proceso de producción del programa, por lo que necesita establecer un cierto estilo de la imagen. Esta imagen tiene que responder a la exigencia del público, también debe tener una especial y reconocible personalidad. Por lo tanto, los presentadores famosos pueden mejorar los efectos sociales de los programas de televisión. En el programa "Noticias 1 + 1" se confirman estas tendencias, sus dos presentadores son famosos y expertos. En este programa, el presentador y el comentarista controlan

el ritmo del programa conjuntamente. El presentador principalmente hace las preguntas sobre los eventos y interactúa con los invitados; la tarea del comentarista es expresar su opinión, por lo que el presentador y el comentarista son inseparables en el programa "Noticias 1 + 1". Bai Yansong y Dong Jing han tenido su aprendizaje profesional en la Universidad, por eso sus habilidades de presentar programas de televisión son muy maduras. Al mismo tiempo, ellos son mejores presentadores porque tienen sus peculiaridades personales o una marcada personalidad. Además, un programa que es controlado por dos personas exige una clara división del trabajo: uno es racional, otro es más emotivo; uno hace preguntas, y el otro responde. Ambos deben complementarse todo el tiempo con un entendimiento tácito, por lo que el análisis y el comentario de las informaciones logran buenos y oportunos efectos. Además, sus lenguajes son muy distintivos, así el programa "Noticias 1 + 1" se deshace del tono aburrido y se convierte en un programa interesante que da un nuevo sentido a la audiencia y a los contenidos informativos.

En el proceso de la opinión, el comentarista y la audiencia interactúan en los aspectos del pensamiento, del sentimiento y de la experiencia, de forma natural. El presentador y el comentarista no son pensadores, pero son portavoces de la ideología social y de la opinión pública. Por lo tanto, a través del intercambio igualitario y franco entre el presentador y la audiencia sobre ciertos temas importantes y con trascendencia, es fácil lograr que la audiencia simpatice con el

presentador, con lo que el programa amplifica su función de difundir las noticias y sus significados para la sociedad.

La emoción es una parte fundamental en la vida espiritual de los seres humanos. La finalidad de la interacción emocional es desahogar la presión. La interacción emocional entre el presentador y la audiencia refuerza y mejora el efecto del programa. Los seres humanos somos también sociales, el crecimiento de cada persona es inseparable de su propia experiencia y la de los demás. En el programa "Noticias 1 + 1", el presentador y el comentarista imperceptiblemente transmiten experiencias a la audiencia con el fin de orientarla y estimularla. El programa "Noticias 1 + 1" ofrece la oportunidad a la audiencia para intercambiar experiencias. Al mismo tiempo, la gente puede entender la sociedad real por la experiencia de los demás.

Si se compara el programa "Noticias 1 + 1" con el programa "Newsline" de Televisión Phoenix, podemos comprobar que "Newsline" también utiliza la forma de un presentador más un invitado, pero en este programa la tarea del presentador es conducir el proceso, pero el mayor protagonismo es el invitado con sus comentarios. Entonces la presencia de ellos dos tiene un estado primario o secundario. Es decir, para el programa "Newsline" de Televisión Phoenix, el presentador ocupa una posición secundaria, y el más importante es el invitado. Sin embargo, en el programa "Noticias 1 + 1", el presentador y el invitado o

comentarista coordinan el espacio conjuntamente, tienen una misma posición indispensable.

En el programa “Cara a cara” de CCTV de China, el presentador hace la entrevista cara a cara con el individuo en las noticias para reconstruir la historia original del evento informativo y la comenta. En este programa, un reportero o reportera narra el evento y responde adecuadamente a las preguntas del presentador con el fin de ayudar la audiencia a comprender completamente el evento. El presentador entrevista al invitado y comenta el evento con el fin de promover el proceso del programa. El programa “Cara a cara” destaca la entrevista. Aunque este programa es denominado como programa de comentario, en realidad no se basa en el comentario reflexivo. Sin embargo, en el programa “Noticias 1 + 1” la presentadora Dong Qian coopera serenamente con el comentario y el análisis de Bai Yansong. Y la perspectiva profunda, el análisis exhaustivo y el lenguaje irónico de Bai Yansong le encanta a la audiencia. Debido a que es un programa de emisión en directo, ambos actores, presentadora y comentarista deben ajustarse para afrontar algunos sucesos inesperados. Ellos tienen que alcanzar las ideas y el lenguaje del otro, expresar con precisión sus propias ideas y jugar su propio papel, lo que hace que todo el programa sea más riguroso y abierto. Por lo tanto, la estructura y el modelo del programa “Noticias 1 + 1” son muy sobresalientes, lo cual mejora la calidad del comentario de noticias. La diferencia con los programas de comentario generales, es que el

programa “Noticias 1 + 1” busca que “una explicación diferente”. Por lo tanto, la característica exclusiva es su perspectiva única. El programa “Noticias 1 + 1” tiene la capacidad de aprovechar la oportunidad de comentar, e intenta ofrecer un comentario justo a través de la investigación sobre el evento. Por otra parte, el título de cada edición no sólo es conciso, sino también es atractivo e innovador. En realidad, el interés que suscita no sólo se produce por la noticia en sí, sino sobre todo por el proceso de encontrar, entender, analizar, pensar y comentar las noticias. Para el programa “Noticias 1 + 1”, este proceso completo hace que el programa sea más interesante, diferente. Los títulos del programa son concisos y novedosos, y se usan metáforas, retruécanos y palabras populares, una retórica persuasiva que llama la atención de la audiencia. Bai Yansong siempre expone los eventos con su lengua irónica, que no sólo es su característica personal, sino también hace que el programa tenga una personalidad propia. Gracias a los títulos y a la personalidad de Bai Yansong, el programa “Noticias 1 + 1” es atractivo desde su comienzo. El programa “Noticias 1 + 1” ha jugado un papel innovador por el uso del modelo “1 + 1”, o sea, “1 + 1” ya no sólo es un modelo, sino que representa un modo de reforma de los programas de comentario de China.

2. La forma es diversa

“Noticias 1 + 1” usa la conexión con la escena mediante el empleo de variados recursos tecnológicos y comunicativos con el fin de mejorar el realismo y la credibilidad del programa.

En la emisión del programa "Noticias 1 + 1" hay reportajes en directo, entrevistas telefónicas, clips de vídeos y otros elementos visuales para enriquecer el contenido del programa, por lo que los comentarios y puntos de vista son más persuasivos, lo que ayuda sin duda a la consolidación de su influencia positiva. El programa “Noticias 1 + 1” comenta las noticias, también fortalece la supervisión de la opinión pública en la audiencia. Finalmente, este programa usa una gran variedad de medios audiovisuales con para mejorar la experiencia sensorial de la audiencia. Desde esta perspectiva, el programa "Ma Bin lee el periódico " y "Noticias 1 + 1" tienen similitudes. Sin embargo, el programa "Noticias 1 + 1" usa más medios auxiliares para fortalecer el efecto audiovisual, así realza la importancia de los símbolos de sonido en su conjunto, también enriquece el formato del programa. Por lo tanto, lo que se colige de esta experiencia es que los medios de comunicación deben ensayar activamente nuevos formatos y emprender las reformas comunicativas necesarias con el fin de adaptarse a las exigencias de la modernización.

El programa "Noticias 1 + 1" concede mucho protagonismo a la imagen, que en televisión es fundamental. En el proceso de comentar no sólo hay escenas realistas

y detalladas, sino también se incluye las imágenes abstractas. El uso de una mayor variedad de elementos audiovisuales es una de las innovaciones que convierten al espacio en un nuevo modelo de comunicación con la audiencia.

En la era de Internet, la red ofrece un lugar a grupos de todos los niveles para crear opinión pública y construir el entorno social. Esto influye en los medios de comunicación tradicionales. Debido a la característica anónima de Internet, parte de esa opinión pública puede expresar opiniones irracionales y desleales. Por lo tanto, los medios de comunicación tradicionales, especialmente los medios de comunicación audiovisuales, no suelen intervenir en la *agenda-setting* de la red. El programa “Noticias 1 + 1” rompe la barrera que hace la agenda de la red y se convierte en la agenda pública, con el fin de acoplar la agenda de los medios de comunicación tradicionales y la agenda de la red moderna. Debido a este avance decisivo, la *agenda-setting* del programa “Noticias 1 + 1” es más exhaustiva. La combinación de la rapidez de Internet y la credibilidad de la televisión hace que en el programa “Noticias 1 + 1” prevalezcan el aspecto reformador de las noticias. Además, con el desarrollo de la ciencia y la tecnología en la sociedad moderna, los medios de comunicación son más abundantes, las formas de difundir son más avanzadas, por eso es necesario utilizar una mayor y mejor variedad de las formas de transmisión de las noticias con el fin de satisfacer las necesidades de la audiencia. El programa “Noticias 1 + 1” utiliza la plataforma de la red activamente.

3. El ámbito del comentario es amplio

La característica principal marca que ha hecho famoso y exitoso el programa "Noticias 1 + 1" es el comentario, el amplio ámbito del comentario, y el toque de los temas sensibles son sus principales signos. El comentario en el programa "Noticias 1 + 1" ha conseguido una nueva altura y profundidad respecto a otros informativos de la televisión china.

El importante papel en el establecimiento de la agenda-setting y la enorme influencia de la opinión pública son una garantía fiable de la fuerza del comentario del programa "Noticias 1 + 1". Este programa presta atención a amplios ámbitos de temas, de hechos y eventos que tienen valores noticiables, y la supervisión de opinión pública sobre los desastres y las emergencias. El efecto de reflejar el pensamiento y la opinión personal es beneficioso para la formación del estilo especial del programa. El programa "Temas en focos" se basa en la "observación", que siempre expone los hechos más reales a la audiencia, y la deja en ese proceso de observación. Este tipo de programa se centra en las imágenes, es decir, todos los comentarios proceden de las imágenes de televisión. Sin embargo, el programa "Noticias 1 + 1" se centra en el diálogo entre el presentador y comentarista. Las funciones de las imágenes que describen los

eventos tienen menor importancia que los dichos del presentador y comentarista, por eso la atención de la audiencia se transfiere desde lo visual hasta lo auditivo. De este modo la audiencia se centra en los comentarios del presentador y del comentarista. Por eso la palabra es en realidad el núcleo del programa "Noticias 1 + 1", que exige atención a la profundidad y la amplitud de comentario.

La oportunidad no es la característica primaria del programa "Noticias 1 + 1", sino la interpretación de las noticias y las opiniones sobre ellas. En la actualidad, la competencia de los varios medios de comunicación modernos es muy intensa. Al mismo tiempo, la sociedad se vuelve más abierta, la participación de la audiencia en la difusión de noticias es un fenómeno común. Esta situación hace que la competencia ya no sea tan simple.

El presentador y el comentarista del programa "Noticias 1 + 1" debaten sobre el contenido de las informaciones, de modo que esos comentarios se forman en modo interactivo entre los dos y se complementan entre sí para expresar sus puntos de vista sobre los acontecimientos con el fin de crear un ambiente de diálogo abierto. Este diálogo abierto provoca la discusión racional y la exposición de opiniones fundadas, facilitando así la formación de la opinión pública. El programa "Noticias 1 + 1" no sólo comenta las noticias, sino también considera el valor noticiable de las noticias. Esta consideración holística e integral es muy beneficioso para la extensión de la profundidad de comentario.

Esta manera de comentar que se basa en la realidad constituye el rasgo prominente del programa. Al mismo tiempo, el análisis preciso y la perspectiva única sobre los eventos forman las peculiaridades significativas del programa "Noticias 1 + 1". Estas peculiaridades acumulan una considerable popularidad y fama, también ayudan al programa a expresar su comentario sobre la opinión pública.

El programa "Noticias 1 + 1" principalmente interpreta las noticias desde una perspectiva macro, restaura la historia original y analiza con lógica rigurosa, y presenta las noticias puras a la audiencia, tratando de formar una corriente principal de opinión para influir. Así desempeña su papel de orientación en la opinión pública. En realidad, el programa "Noticias 1 + 1" no coacciona a la audiencia, sino que crea un ambiente de opinión pública con el contenido para que el público lo intercambia con las personas a su alrededor. El programa "Noticias 1 + 1" cuida la autenticidad de las noticias, y a partir del evento realiza el análisis mediante la interacción del presentador y del comentarista.

Los casos de conductores borrachos que causan accidentes con víctimas mortales son frecuentes en China, por lo que les presta atención informativa por la gran preocupación y controversia que originan. Este es un ejemplo de problema social que se trata con cierta frecuencia en los programas de supervisión. Los grandes cambios en la situación política y económica nacional e internacional, la

exposición de los problemas de alimentación, las reformas y el progreso social, son temas preponderantes en el programa "Noticias 1 + 1".

En el siglo XXI, los medios de comunicación están cada vez más desarrollados y la conciencia de defender los derechos civiles ha fortalecido la laboriosa supervisión administrativa y la supervisión legal ya no puede satisfacer a la gente. Por lo tanto, la supervisión de los medios de comunicación logra una prosperidad gradual. Los medios de comunicación participan en los grandes eventos, por lo que la gente gradualmente reconoce, acepta y utiliza el juicio por medios de comunicación. Desde esta perspectiva, el programa "Noticias 1 + 1" explora y desarrolla la supervisión más favorable y más básica de los medios de comunicación. El programa "Noticias 1 + 1" es la vanguardia de los programas de comentario.

4. El comentario es profesional

El programa “Noticias 1 + 1” se basa en el comentario del comentarista Bai Yansong y de otros expertos o académicos. Esta especialización garantiza la fiabilidad y la fuerza de persuasión del programa.

Bai Yansong es un periodista muy famoso en China, ha tenido una rica experiencia en las emisiones en directo de los programas informativos. Él se ha convertido en el comentarista del programa “Noticias 1 + 1” por su amplio conocimiento, aguda perspectiva y estilizado lenguaje. El presentador y comentarista unifica el estilo y

el contenido del programa, que ha mejorado enormemente la calidad y profesionalidad “Noticias 1 + 1”. Después, Wang Xixin participa en este programa como un comentarista, también mejora la característica profesional del programa de comentario. Además, el programa “Noticias 1 + 1” invita a los expertos a participar en el comentario sobre los eventos que se refieren ámbitos profesionales y especializados, tales como los problemas económicos, los problemas de alimentación, etc. De este modo se mejora la característica profesional del programa “Noticias 1 + 1”. Desde la primera edición el programa “Noticias 1 + 1” ha emitido muchos comentarios interesantes e importantes, lo que establece firmemente la posición dominante del programa, y gana su buena reputación en el campo del periodismo, el más importante es lograr la credibilidad en la tarea de la supervisión.

El programa “Noticias 1 + 1” no sólo presta atención a los comentarios profesionales, también cuida la autenticidad de los comentarios. Además de los comentarios del presentador y del comentarista en el estudio, este programa también introduce los comentarios y análisis de los reporteros locales y del presentador en la escena. Esta manera enriquece el contenido y la forma del programa, también hace que en el espacio se integren más opiniones y comentarios, un modo seguro de mejorar la autenticidad.

3.2.7.1. Los problemas del programa "Noticias 1 + 1"

Desde el 24 de marzo de 2008, "Noticias 1 + 1" no sólo ha disfrutado de una alta medición de audiencia, sino también ha recibido la alabanza de todos los ámbitos de la sociedad. Es cierto que "Noticias 1 + 1" tiene muchos méritos, como hemos visto en los análisis anteriores. Sin embargo, como un programa informativo de televisión, "Noticias 1 + 1" todavía tiene muchos problemas. Analizamos los más prominentes a continuación.

1. El mecanismo de interacción no es perfecto

La interacción entre los programas de televisión y los telespectadores no sólo puede cultivar y mantener la lealtad de los televidentes a los programas de televisión, sino también puede promover la reforma y el desarrollo de los programas de televisión con las opiniones y sugerencias expresadas por el público en esa interacción. "Noticias 1 + 1" también estableció una plataforma interactiva con el público durante el proceso de desarrollo, pero ese mecanismo de interacción entre "Noticias 1 + 1" y el público no es perfecto. Por un lado, el canal de interacción de "Noticias 1 + 1" es limitado. Además del sitio web oficial, el blog, Weibo y otros sitios web que contienen los videos del programa "Noticias 1 + 1", no integran otras plataformas interactivas. El público no puede interactuar fácilmente con "Noticias 1 + 1" por teléfono o SMS, ni pueden expresar sus opiniones a través de cartas tradicionales o correos electrónicos emergentes. Por lo tanto, el canal interactivo disponible para la audiencia de

"Noticias 1 + 1" es en realidad muy limitado.

Por otro lado, hay una falta de interacción bidireccional real. La interacción entre los televidentes y "Noticias 1 + 1" es en gran medida una interacción unidireccional y no de verdad bidireccional. En las plataformas de interacción múltiple de "Noticias 1 + 1", rara vez se responde a los mensajes de la audiencia. En el blog de "Noticias 1 + 1", muchos espectadores dejan sus opiniones sobre el programa "News 1 + 1", y en otros sitios web "News 1 + 1" también provoca muchos comentarios sobre el programa, sobre los presentadores o sobre sus contenidos. Sin embargo, "Noticias 1 + 1" no responde a esos mensajes. Tal interacción ha perdido su poder de comunicar y se ha convertido en el monólogo de la audiencia.

Por ejemplo, un post titulado "Bai Yansong: los precios de la vivienda son demasiado altos y ya no tienen relación con el público ", que se publicó en el blog de "Noticias 1 + 1" el 17 de marzo en 2010, y cuyo contenido estaba relacionado con el programa que se emitió el 16 de marzo de 2010 llamado "La política hacia abajo pero el precio hacia arriba". Hubo más de 200 comentarios inmediatamente después de la publicación del blog, pero el programa "Noticias 1 + 1" no respondió a ninguno de esos comentarios. El público envía sus propia voz mediante diferentes plataformas, pero "Noticias 1 + 1" no escucha ni responde. Esa ausencia de interacción no puede realizar una comunicación eficaz,

por lo que reduce el entusiasmo de las personas para participar.

2. El formato del programa no es fijo.

En 2008, Wang Lei, de la Universidad de Ciencias Políticas y Derecho del Sudoeste, dijo en el artículo "Innovación del programa de comentario de TV: Análisis de las características del programa "Noticias 1+1" lo siguiente: "Noticias 1 + 1" creó un estilo nuevo que consistía en un presentador + un observador de noticias" (Wang Lei, 2008: 69). En 2011, otros dos académicos observaron "la innovación de la forma de los programas de comentarios" en la revista *Shi Ting Jie*, que consistía en que la forma de emisión del programa "Noticias 1 + 1" era "un presentador +1 observador de noticias" (Li Min y Tan Tian, 2011: 66). La investigación anterior sobre la forma de "Noticias 1 + 1" refleja en cierta medida la afirmación del modelo de conversación doble, pero observando las transmisiones del programa en los últimos años, "Noticias 1 + 1" no tiene un formato fijo, no utiliza continuamente la forma de "un presentador + 1 observador de noticias".

De 2008 a 2009, el programa "Noticias 1 + 1" sí utilizó la forma de conversación de 1 presentador y un observador de noticias. En este período, la frecuencia de uso de la conexión con los reporteros en la escena era baja, y el principal contenido del programa era la conversación del presentador con el observador de las noticias. El rol del presentador es principalmente conectar todos los aspectos

del programa, incluyendo las preguntas a los observadores y a las personas conectadas, y resumir sus discursos, pues tiene poco comentario directo sobre el contenido del programa. Al contrario, el rol del observador de noticias es analizar y comentar las noticias involucradas en el programa en un estudio con una actitud objetiva.

De 2009 a 2011, el programa "Noticias 1 + 1" utilizó la forma de conversación de un presentador y un comentarista, pero sus roles cambiaron. Es decir, los observadores ya no se calificaron como observadores de noticias, sino como comentaristas. Este cambio aclara que la naturaleza del programa "Noticias 1 + 1" es comentar. Así se aumenta la intensidad de los comentarios y el análisis de las noticias. En comparación con la etapa anterior, hubo un aumento de la frecuencia del uso de las conexiones con periodistas en presentes en las escenas de la noticia y del teléfono en vivo. Por lo tanto, el modo de conversación entre dos personas cambia gradualmente a un modo de conversación con varias personas.

En general, "Noticias 1 + 1" ha pasado por tres etapas de desarrollo, no ha logrado que su formato sea fijo, por lo que puede producir en la audiencia un poco de confusión. Específicamente, en la tercera y última etapa "Noticias 1 + 1" no siempre adopta la forma de un presentador + un comentarista.

Diferentes programas tienen diferentes requisitos para el presentador. Como

programa informativo de TV en vivo, "Noticias 1 + 1" combina las características de los comentarios de noticias y los informes explicativos, lo que impone requisitos más estrictos al presentador. Es decir, el presentador del "Noticias 1 + 1" debe tener una buena imagen externa, calidad como locutor, habilidad lingüística, capacidad de pensar y comentar con acierto y rapidez, capacidad también de improvisación. Se puede decir que "Noticias 1+1" requiere un talento compuesto de varias habilidades nada fáciles ni frecuentes en una sola persona.

En el sitio web oficial de "Noticias 1+1", Bai Yansong y Dong Qian se presentan de forma impresionante bajo la columna del presentador. Pero las audiencias que ven regularmente "Noticias 1 + 1" deben tener en cuenta que en todas las transmisiones de "Noticias 1 + 1", Bai Yansong rara vez aparece como la identidad del presentador. Como se menciona anteriormente, durante la primera etapa del desarrollo de "Noticias 1+1", Bai Yansong fue primero el observador de noticias y luego fue cambiado a comentarista después de 2011. Dong Qian tampoco es la única persona que aparece en el "Noticias 1 + 1" como presentador profesional. Li Xiaomeng, Zhang Quanling, Wang Yuejun, Lao Chunyan, Chai Jing y otros aparecieron en "Noticias 1 + 1" como el presentador. Para desentrañar la inconstancia del presentador de "Noticias 1 + 1", la autora de esta investigación ha visto todos los programas de "Noticias 1 + 1" desde el 24 de marzo de 2008 hasta 2012 y constató que "Noticias 1 + 1" no tenía realmente un

presentador fijo.

Desde el 24 de marzo de 2004 hasta el 7 de agosto de 2009, el formato del programa era un presentador + un observador de noticias. Un total de 317 ediciones fueron transmitidas durante esa fase. Entre ellas, en 7 ediciones no hubo presentador porque Bai Yasang fue a entrevistar en la zona del desastre del terremoto de Sichuan. Por lo tanto, el número total de transmisiones con presentador en estudio en ese periodo fue 310.

Tabla 5. Los presentadores del periodo de "un presentador + un observador de noticias

El presentador	Las veces de aparición en "Noticias 1 + 1" como presentador	Porcentaje	Nº total de transmisiones
Dong Qian	235	75.8%	310
Wang Yuejun	52	16.8%	
Bai Yansong	10	3.2%	
Chai Jing	8	2.6%	
Sun Baoyin	4	1.3%	
Zhong Jianing	1	0.3%	

En esta etapa, Dong Qian apareció como el presentador con la frecuencia más alta, representando el 75.8% del número total de emisiones durante este período. Wang Yuejun apareció 52 veces en el programa como un presentador (16.8%). El 5 de septiembre Wang Yuejun apareció por primera vez como el presentador en "Noticias 1 + 1" con el título "El estilo de los funcionarios", y en los siguientes cuatro días Wang Yuejun apareció continuamente como un presentador. El 12 de septiembre de 2008, el presentador cambió a Dong Qian, y el 17 de octubre de

2008, Wang Yuejun apareció otra vez. Posteriormente, Wang Yuejun apareció irregularmente en "Noticias 1 + 1" como presentador. Bai Yansong apareció básicamente en el papel de observador de noticias durante la primera etapa y fue responsable de comentar y analizar los eventos. Sin embargo, Bai Yansong ha aparecido en "noticias 1 + 1" intermitentemente como el presentador. Por lo tanto, en esta primera etapa aunque Dong Qian presentó la mayoría de los programas de "Noticias 1 + 1", las apariciones frecuentes de Wang Yuejun, el doble papel de Bai Yansong como observador de noticias y presentador, causaron una cierta confusión sobre el papel y la representación del presentador del programa.

En el segundo período de "un presentador + un comentarista", se emitió un total de 415 ediciones en el programa "Noticias 1 + 1".

Tabla 6. Los presentadores del periodo de "un presentador + un comentarista"

El presentador	Las veces de aparición en "Noticias 1 + 1" como presentador	Porcentaje	N ^a total de transmisiones
Dong Qian	297	71.6%	415
Li Xiaomeng	92	22.2%	
Wang Yuejun	11	2.7%	
Lao Chunyan	10	2.4%	
Bai Yansong	3	0.7%	
Chai Jing	1	0.2%	
Ouyang Xiadan	1	0.2%	

Según la tabla anterior, Dong Qian sigue siendo el presentador con la mayor frecuencia de aparición, pero comparado con el período anterior, la participación

de Dong Qian se redujo ligeramente (el porcentaje de la primera fase de Dong Qian fue del 75.8%, y el porcentaje de la segunda fase de Qian fue del 71.6%). En esta segunda etapa surgieron algunos nuevos presentadores como Li Xiaomeng, Lao Chunyan, Qu Yangxia, etc. Entre ellos, el porcentaje de Li Xiaomeng representó el segundo lugar, pero otros nuevos presentadores no aparecieron frecuentemente en el programa "Noticias 1 + 1".

En general, en este segundo período de "un presentador + un comentarista", hubo un total de siete presentadores en "Noticias 1 + 1". La confusión del presentador no ha mejorado. Wang Yuejun no apareció con frecuencia en la segunda etapa, sino que Li Xiaomeng, que nunca había aparecido como presentador en la primera etapa, se convirtió en el presentador más frecuente además de Dong Qian.

En junio de 2001, "Noticias 1 + 1" experimentó su tercera transformación. Después del cambio del formato de transmisión, sólo quedó un presentador en el estudio de "Noticias 1 + 1", ya no hubo comentarista para conversar con el presentador, entonces en ese periodo a menudo hay entrevista por vídeo o por teléfono. Los presentadores desde el 4 de junio de 2011 hasta el 23 de septiembre de 2012 fueron los siguientes:

Tabla 7. Los presentadores del periodo de "1 presentador o 1 comentarista"

El presentador	Las veces de la aparición en "Noticias 1 + 1" como presentador	Porcentaje	Número total de las transmisiones
Bai Yansong	151	50.70%	298
Dong Qian	78	26.20%	
Ouyang Xiadan	19	6.40%	
Lao Chunye	15	5.00%	
Li Xiaomeng	14	4.70%	
Zhang Quanling	10	3.30%	
Zhang Yu	8	2.70%	
Chai Jing	3	0.01%	

En la etapa de "1 presentador o 1 comentarista", la frecuencia de aparición de Dong Qian se ha reducido considerablemente. De los 299 programas, el porcentaje de Dong Qian representaba sólo el 26.2%. Y Bai Yansong presidió el programa "Noticias 1 + 1" como un comentarista hasta 151 veces, por lo que el porcentaje alcanzó el 50.7% y se convirtió en el "primer presentador" de "Noticias 1 + 1".

De las estadísticas anteriores, se puede deducir que Dong Qian y Bai Yansong son los presentadores con la mayor tasa de aparición de Noticias 1 + 1, y son los presentadores mostrados en la web oficial de "Noticias 1 + 1". Sin embargo, la aparición de los otros presentadores no es ordenada ni prevista para el telespectador. El reemplazo frecuente del presentador puede afectar negativamente a la audiencia porque rompe esa identificación fuerte que se establece entre emisor-receptor, una identificación que, como hemos visto, forma parte emocional de la fidelidad del receptor, además de la credibilidad concedida.

3.3. Análisis del programa “La investigación de noticias”

3.3.1. Introducción: información sobre programa “La investigación de noticias”

"La investigación de noticias" se fundó en mayo de 1996. Es un programa informativo de investigación de CCTV. Su estructura se basa en el programa "60 Minutes" de la CBS de Estados Unidos y tiene como objetivos explorar y revelar la verdad a través del ejercicio del periodismo de investigación. Juega un papel muy importante para promover el progreso de la armonía social en China y se trata de un programa admirado y respetado.

- Nombre del programa: "La investigación de noticias"
- La unidad de producción: Televisión central de China.
- Canales de difusión: China Central TV-noticias (también conocido como CCTV-13 Noticias)
- Horario de difusión: sábados, 21: 30 - 22: 15
- Tipo de programa: programa de investigación³¹.
- Modo de transmisión: por grabación.

³¹ Disponible en:

http://www.baike.com/wiki/%E6%96%B0%E9%97%BB%E8%B0%83%E6%9F%A5&prd=so_1_doc

- Duración del programa: cada edición dura 45 minutos.
- Estructura del programa: "La investigación de noticias" no tiene estudio ni presentador, utiliza la forma de entrevista en escena entre la periodista y las personas relacionadas con la noticia. "La investigación de noticias" se centra en investigar las causas de ciertos hechos con trascendencia pública y descubrir aspectos que se han mantenido ocultos como corresponde al ejercicio del periodismo de investigación en el que se basa. No existen comentarios, por lo que queda para la audiencia la libertad de obtener la propia opinión sobre lo expuesto en cada programa.



Imagen 7: Símbolo del programa "La investigación de noticias". Fuente: <http://tv.cctv.com/lm/xwdc/>

3.3.2. El periodismo de investigación: conceptos transfronterizos

Como concepto de ejercicio profesional, el periodismo de investigación se inició en los Estados Unidos, y llegó más tarde a China. Gan Xifen en su *Diccionario de Periodismo* dijo: “el periodismo de investigación es un género del periodismo que centra su objetivo en la revelación de las causas de los problemas sociales” (Gan Xifen, 1980: 15). Guo Shenzhi (2003) cree que el periodismo de

investigación es la búsqueda de la verdad que se oculta en determinadas informaciones. Li Liangrong define que “el periodismo de investigación es una representación importante del periodismo cuyo objetivo es revelar algo en profundidad. También es conocido como periodismo de escándalo. Especialmente cuando expone secretos del gobierno, delitos de las grandes empresas y de organizaciones criminales, etc.” (Li Liangrong, 1997: 134). Du Junfei (1999: 74) propone que la característica principal del periodismo de investigación es la búsqueda y comprobación de corrupciones del gobierno y de la administración del Estado y otras instituciones públicas. El periodismo de investigación evolucionó por la teoría desarrollada en Estados Unidos y su característica fue exponer la corrupción y el escándalo del gobierno y las instituciones públicas. El profesor de Taiwán Li Maozheng (1987: 244) propone una primera definición sencilla: “el periodismo de investigación es investigar y exponer las informaciones que se ocultan por las noticias generales”.

De las definiciones anteriores, se puede resumir que en China existe un acuerdo general sobre el periodismo de investigación en sus conceptos esenciales: método, investigación, ocultación, corrupción, revelación, verdad. Según las definiciones anteriores, se pueden resumir las características siguientes:

El objeto del periodismo de investigación es descubrir la verdad que se intenta encubrir por un individuo o grupo y cuyas acciones tienen una influencia o

consecuencias para la sociedad. Y esa verdad está relacionada íntimamente con el interés de los públicos; Los promotores para investigar la verdad deben ser los medios de comunicación (y no todos del mismo modo) porque son los que tienen la capacidad de realizar sus investigaciones de modo independiente. El periodismo de investigación necesita muchos recursos económicos y humanos, además de tiempo. Cuando un medio consigue la revelación comprobada de hechos ocultos obtiene una credibilidad basada precisamente en la independencia de actuación que beneficia a la sociedad en general.

El periodismo de investigación, por tanto, se refiere a la revelación de actividades ocultas por grupos de poder y requiere un método de búsqueda, fuentes y comprobación que permita después demostrar social y judicialmente las informaciones obtenidas. Es cierto, como algunos estudiosos advierten, que toda la actividad periodística exige siempre en menor o mayor grado un sistemático proceso de investigación (Casals (2005, Larronda y Solari, s/f). En realidad, se sabe que el periodismo de investigación nace en Occidente con el propio concepto de Periodismo y que surge a mediados del siglo XIX. Muchos académicos relatan inicios claros ya en esa época. Pero nos vamos a referir al sintagma "Periodismo de investigación" con ese significado que ya hemos introducido de búsqueda y revelación. El objetivo de esta tesis no es el estudio de la historia de ese tipo de ejercicio periodístico pero, dada la naturaleza del programa de la televisión china que aquí se analiza, "La investigación de

noticias", en los próximos epígrafes se tratará de sintetizar la teoría sobre dicho sintagma desde el doble punto de vista de justificar el sentido del programa y por la influencia que tales teorías occidentales han tenido en China.

El trabajo que requiere este tipo de investigación periodística es propia, generalmente, de un equipo de personas porque la principal base en la que se asienta es la comprobación (es decir, la certeza de lo que se obtiene y se publica). Por eso, este trabajo requiere los siguientes pasos y sus herramientas, entre otros posibles:

- Búsqueda y análisis de diversos tipos de documentos, como demandas y sentencias judiciales, registros legales de todo tipo, informes gubernamentales, informes regulatorios, documentos financieros de corporaciones, etc.
- Bases de datos de registros públicos
- Investigación de problemas técnicos, incluido el escrutinio de las prácticas gubernamentales y comerciales y sus efectos
- Investigación sobre cuestiones sociales y legales
- Fuentes muy diversas y muy especializadas de investigación en red
- Numerosas entrevistas con fuentes oficiales y oficiosas, y, en algunos casos, entrevistas con fuentes anónimas

- Conocer y controlar las leyes estatales sobre la libertad de información para obtener documentos y datos de agencias, la ley de Protección de Datos, y todas aquellas que pudieran invalidar una investigación.

Naturalmente, todas estas condiciones o exigencias se ven afectadas por el tipo de gobierno que exista en cada país. Es evidente que solo en las democracias muy desarrolladas el periodista tiene acceso a los registros públicos y a documentos del gobierno desclasificados y, sobre todo, la libertad reconocida constitucionalmente que lo protege en todas las fases de su investigación y publicación, así como el derecho al secreto profesional. Sin estas premisas no es posible hablar del periodismo de investigación aunque, sin duda, su existencia "contagia" el deseo de su ejercicio en todas las sociedades.

3.3.3. El periodismo de investigación en los Estados Unidos como paradigma mundial

El periodismo de investigación, como concepto definido y muy desarrollado académicamente, se originó en los Estados Unidos, y, por tanto, su desarrollo se estudia en todas las universidades como el paradigma del modelo y del patrón de su actividad.

No es propósito de esta tesis desarrollar la historia del periodismo de investigación en Estados Unidos porque ya se ha hecho y hay abundante

bibliografía sobre ello. Se trata aquí de señalar que para el periodismo el paradigma estadounidense se ha extendido mundialmente y en China se le presta mucha atención desde la Universidad y se intentan investigaciones periodísticas como las que puede llevar a cabo el programa de la televisión china que analizamos "La investigación de noticias". Por eso nos referiremos a continuación a ciertos hechos históricos y conceptos que consideramos esenciales para la introducción del análisis de dicho programa televisivo.

El surgimiento del periodismo de investigación fue el movimiento de *muckraker*³² (Applegate, 2008) a comienzos del siglo XX. En aquel momento, Estados Unidos estaba en un período de transición desde la sociedad agrícola hasta la sociedad industrial. Brotaron todo tipo de problemas sociales mientras se producía la revolución industrial con el rápido desarrollo de las fuerzas productivas: corrupción, desigualdad, abusos laborales, abusos policiales, pobreza, crimen, prejuicios raciales y racismo, graves problemas medioambientales, etc. Durante este período, periodistas, fotógrafos, editores y algunos escritores y otros intelectuales tuvieron un sentido de la justicia y expusieron y criticaron estas indeseables corrupciones incrustadas en su sociedad.

³² *Muckraker*, término del inglés que significa "revolvedor de basura". Así se llamó a los periodistas norteamericanos (también a algunos escritores) que se dedicaron a denunciar a principios del siglo XX la corrupción política, la explotación laboral y otros abusos de personajes que pertenecían a organismos públicos y privados. Existe una obra con la biografía de 50 *muckraker*, periodistas occidentales y anglosajones, nacidos todos ellos a finales del siglo XIX o a principios del XX: Applegate, Edd (2008): *A Biographical Dictionary of Writers and Editors*. USA, Scarecrow Press.

Ese fue el antecedente del movimiento de muckraker, importante porque es el germen de lo que llamamos periodismo de investigación.

La expresión muckraker fue utilizada por primera vez por el vigésimo sexto presidente de Estados Unidos Theodore Roosevelt (1858-1919), cuando pronunció su discurso "The Man with the Muck-rake" ("El hombre con el rastrillo") el 15 de abril de 1906, en Washington, DC. En ese discurso, Theodore Roosevelt satirizó a los periodistas basándose en el personaje de una novela británica del escritor y predicador cristiano inglés John Bunyan (1628- 1688) llamada *The Pilgrim's Progress* (*El progreso del peregrino*³³), publicada en Inglaterra en 1678, obra considerada como una de las clásicas en lengua inglesa y que ha sido traducida a más de 200 idiomas. En su discurso, Theodor Roosevelt dijo lo siguiente:

"In Bunyan's "Pilgrim's Progress" you may recall the description of the Man with the Muck-rake, the man who could look no way but downward, with the muck-rake in his hand; who was offered a celestial crown for his muck-rake, but who would neither look up nor regard the crown he was offered, but continued to rake to himself the filth of the floor.

In "Pilgrim's Progress" the Man with the Muckrake is set forth as the example of him whose vision is fixed on carnal instead of on spiritual things. Yet he also typifies the man who in this life consistently refuses to see aught that is lofty, and fixes his eyes with solemn intentness only on that which is vile and

³³ Se puede obtener la novela de John Bunyan en español, en formato pdf, en:
<http://www.elcristianismoprimitivo.com/El%20progreso%20del%20peregrino.pdf>

debasing. Now, it is very necessary that we should not flinch from seeing what is vile and debasing. There is filth on the floor, and it must be scraped up with the muck-rake; and there are times and places where this service is the most needed of all the services that can be performed. But the man who never does anything else, who never thinks or speaks or writes, save of his feats with the muck-rake, speedily becomes, not a help to society, not an incitement to good, but one of the most potent forces for evil.

There are, in the body politic, economic and social, many and grave evils, and there is urgent necessity for the sternest war upon them. There should be relentless exposure of and attack upon every evil man whether politician or business man, every evil practice, whether in politics, in business, or in social life. I hail as a benefactor every writer or speaker, every man who, on the platform, or in book, magazine, or newspaper, with merciless severity makes such attack, provided always that he in his turn remembers that the attack is of use only if it is absolutely truthful" (Discurso de T. Roosevelt "The Man with the Muck-rake", 15 de abril de 1906, en Lucas, 1973: 452-462)³⁴

³⁴ Traducción: En "El progreso del peregrino" de Bunyan, puede recordarse la descripción del "Hombre con el rastrillo", el hombre que no podía mirar de ninguna manera sino hacia abajo, con el rastrillo en la mano, a quien le ofrecieron una corona celestial por su barro, pero que ni miraría hacia arriba ni miraría la corona que se le ofrecía, sino que continuaría rastrillándose la suciedad del suelo. / En "El Progreso del peregrino", el hombre con el rastrillo de la basura se presenta como el ejemplo del que se fija en las cosas carnales en lugar de en las espirituales. Sin embargo, él también tipifica al hombre que en esta vida se niega constantemente a ver algo que es elevado, y fija sus ojos con intención solemne solo en lo que es vil y degradante. Ahora es muy necesario que no nos estremezcamos por ver lo que es vil y degradante. Hay suciedad en el piso, y debe ser raspada con el rastrillo; y hay momentos y lugares donde este servicio es el más necesario de todos los servicios que se pueden realizar. Pero el hombre que nunca hace otra cosa, que nunca piensa o habla o escribe, que salva sus hazañas con el desorden, rápidamente se convierte en una ayuda para la sociedad, no una incitación al bien, sino una de las fuerzas más poderosas para mal. / Existen, en el cuerpo político, económico y social, muchos y graves males, y existe una necesidad urgente de una guerra más dura contra ellos. Debe haber una exposición implacable y un ataque a todo hombre malvado, ya sea político o empresario, toda práctica perversa, ya sea en política, en los negocios o en la vida social. Saludo como benefactor a todo escritor o periodista, a cada hombre que, en la escena, o en un libro, revista o periódico, lo haga con implacable severidad, siempre que a su

A pesar del tono crítico contra estos periodistas que revolvían en las basuras, el discurso de Theodore Roosevelt advertía de una situación de control de la prensa cuya actividad era denunciar las diversas corruptelas y su último párrafo tiene mucho interés para la historia del periodismo puesto que aceptaba por un lado que existía corrupción a gran escala ("Existen, en el cuerpo político, económico y social, muchos y graves males, y existe una necesidad urgente de una guerra más dura contra ellos. Debe haber una exposición implacable y un ataque a todo hombre malvado, ya sea político o empresario, toda práctica perversa, ya sea en política, en los negocios o en la vida social"); y por otro lado, acepta el derecho de la prensa de investigar las corrupciones siempre que se base en la verdad ("Saludo como benefactor a todo escritor o periodista, a cada hombre que, en la escena, o en un libro, revista o periódico, lo haga con implacable severidad, siempre que a su vez recuerde que el ataque es útil solo si es absolutamente veraz"). De este modo quedaban advertidas ambas partes.

Según Fred J. Cook, el periodismo de los *muckrakers* obtuvo beneficios para la sociedad que se plasmaron en diversas legislaciones (con un efecto duradero), como el fin del monopolio de Standard Oil sobre la industria petrolera, el establecimiento de la Ley de Alimentos y Drogas Puros de 1906, la creación de las primeras leyes sobre el trabajo infantil en los Estados Unidos alrededor de 1916, la reorganización de la Marina de los EE. UU., etc. Sus informes

vez recuerde que el ataque es útil solo si es absolutamente veraz".

denunciaron el soborno y la corrupción a nivel municipal y estatal, así como en el Congreso, que condujeron a reformas y cambios en los resultados electorales:

"The effect on the soul of the nation was profound [...] The people of the country were aroused by the corruptions and wrongs of the age – and it was the muckrakers who informed and aroused them. The results showed in the great wave of progressivism and reform cresting in the remarkable spate of legislation that marked the first administration of Woodrow Wilson from 1913 to 1917. For this, the muckrakers had paved the way" (Cook, 1972: 179)³⁵.

Estos antecedentes son los que dan sentido a nuestro concepto actual de periodismo de investigación.

El periodismo de investigación entró en otra fase muy activa en los Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial y, muy especialmente, durante la guerra de Vietnam (1955-1975). Durante este período, los principales periódicos de Estados Unidos como *Chicago Tribune*, *Boston Globe*, *Daily News*, etc. comenzaron a establecer equipos de investigación e invirtieron en más recursos humanos y financieros para invertir en periodismo de investigación. Durante la década de los 70 del siglo XX, el periodismo de investigación entró en su apogeo, y en este periodo los reportajes de investigación marcaron la época con el conocido como escándalo del *Watergate* por el que, por primera vez, un

³⁵ Traducción: "El efecto en el alma de la nación fue profundo [...] La gente del país se despertó por las corrupciones y los errores. de la época, y fueron los fanáticos los que los informaron y los despertaron. Los resultados mostraron la gran ola de progresismo y las crestas de las reformas en la notable oleada de legislación que marcó la primera administración de Woodrow Wilson de 1913 a 1917. Para todo esto, fueron los *muckrakers* quienes allanaron el camino".

presidente de Estados Unidos (Richard Nixon) se vio obligado a dimitir, además de la imputación por corrupción de 69 funcionarios del gobierno, de los que 48 fueron declarados culpables por los tribunales de justicia. Los protagonistas de este hito fueron Bob Woodward y Carl Bernstein, dos periodistas de *The Washington Post* y su editora desde 1963, la periodista Katharine Meyer Graham. El alcance de este triunfo del periodismo de investigación fue planetario. Por ejemplo, el presidente Mao Zedong dijo: "¿Realmente los estadounidenses quieren ser aislacionistas? ... Y calificó el escándalo del *Watergate* como el resultado de "demasiada libertad de expresión política en Estados Unidos" (Chamberlain, 1976: 4).

Aparte del libro *Todos los hombres del presidente* (*All the President's Men*) que escribieron Carl Bernstein y Bob Woodward en 1974, los dos periodistas de *The Washington Post* que investigaron el escándalo *Watergate*, y en el que relatan los dos años de investigaciones periodísticas, toda la historia sobre el *Watergate* y los métodos de investigación que se emplearon está publicada por la web de *The Washington Post* de modo completo y exhaustivo³⁶.

³⁶ The Washington Post: *Support great journalism*:

https://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?destination=%2fwp-srv%2fpolitics%2fspecial%2fwatergate%2findex.html%3f&utm_term=.336c6c86fc10

En 1975 en Estados Unidos se fundó la *Asociación de Reporteros y Editores de Periodismo de Investigación (Investigative Reporters and Editors)*³⁷. Y en 1985 se incluyó la categoría de Periodismo de Investigación en los Premios Pulitzer.

Debido al gran logro del periodismo de investigación de la prensa estadounidense, las cadenas de televisión de los Estados Unidos también comenzaron a buscar formatos de programas periodísticos de tipo investigativo. Los reportajes audiovisuales de esta naturaleza fueron una de las grandes innovaciones de la televisión estadounidense (en Europa³⁸ también cundió el ejemplo) y uno de los más conocidos y que ha servido de modelo absoluto para el programa "La investigación de noticias" de la televisión china es el llamado "60 minutes", de la CBS.

3.3.4. "60 minutes", el programa de investigación de la CBS

"60 Minutes" es un programa de televisión creado por el productor Don Hewitt y producido por el canal de televisión estadounidense CBS, con formato de análisis e información periodística. Desde el 24 de septiembre de 1968, día que se emitió su primera edición con Harry Reasoner y Mike Wallace como presentadores, ha

³⁷ Investigative Reporters and Editors, Inc. tiene su portal web: <https://www.ire.org>

³⁸ En España, dos cadenas autonómicas tienen programas inspirados en el "60 minutes" de la CBS: Canal Sur de Andalucía y TV3 de Cataluña (<http://www.ccma.cat/tv3/60-minuts/>)

tenido gran éxito en los Estados Unidos³⁹. El programa presenta tres reportajes de actualidad en cada edición y desde su creación ha sido el programa de televisión más influyente para los públicos estadounidenses. En 1975 "60 minutes" cambió su horario de emisión a las 19:00 horas, lo que permitió que la audiencia fuera histórica.

³⁹ Sitio oficial web de "60 Minutes": <https://www.cbsnews.com/60-minutes/>



Imagen 8: imagen del Programa "60 minutes" de la CBS

Desde 1968, la apertura de "60 Minutes" presenta un cronómetro. El diseño apareció por primera vez en 1978. El 29 de octubre de 2006, el fondo cambió a rojo, el color del texto del título cambió a blanco y el cronómetro se desplazó a la posición vertical. Esta versión se usó desde 1992 hasta 2006.

"60 Minutes" tiene la siguiente estructura o formato: consta de tres reportajes de larga duración, sin gráficos superpuestos. Hay una pausa comercial entre dos historias. Cada historia se presenta a partir de un conjunto con un fondo que se asemeja a las páginas de una historia de una revista sobre el mismo tema. El programa realiza sus propias investigaciones y también otras investigaciones inspiradas por noticias de prensa y otras fuentes. Los periodistas de "60 Minutes" nunca comparten la pantalla o hablan con otros periodistas del propio programa. Esto se hace para crear un sentido psicológico de intimidad entre el periodista y el televidente. "60 Minutos" es uno de los programas informativos más rentables de la CBS. Y debido a su influencia, otras estaciones de televisión de todo el

mundo, de un modo u otro, han imitado su formato y la estructura de sus contenidos.

3.3.5. El periodismo de investigación en China

El periodismo de investigación en China ha experimentado un áspero proceso. Su desarrollo se puede dividir en cuatro etapas:

1. Primera etapa: los años cincuenta del siglo XX

En el abril de 1956, el periódico *Literatura del Pueblo* publicó el reportaje "En el sitio de construcción del puente", que reveló el burocratismo y la corrupción. Pero, salvo algunas contadas excepciones, este tipo de reportajes se consideraban indebidos para la ideología de la izquierda dominante, de modo que casi no existió el periodismo de investigación con el objetivo de exponer la verdad de graves sucesos. Hubo que esperar hasta la década de los 80 para poder considerar el tímido desarrollo de este periodismo de investigación.

2. Segunda etapa: los años 80 del siglo XX.

Esta etapa fue un período muy importante para el desarrollo del periodismo de investigación. La *III Sesión Plenaria del XI Comité Central del Partido Comunista de China* (22 de diciembre de 1978) determinó la línea ideológica que fue "emancipación de la mente y la búsqueda de la verdad". Fue una sesión

trascendente en la historia del Partido Comunista de China y en el desarrollo del país. Se decidió la reforma económica y la reforma de la estructura política (*Reforma y Apertura*). En aquella sesión, Deng Xiaoping (que se hizo con la responsabilidad del Partido) pronunció el discurso titulado "Liberar el espíritu, buscar la verdad en los hechos, unirse de forma unánime y mirar hacia el futuro", en el que señaló que, para resolver los problemas heredados del pasado, era necesario defender el principio marxista de "buscar la verdad en los hechos y corregir los errores descubiertos". Criticó también los indeseables efectos del culto a la personalidad (en referencia a Mao Zedong) y la falta de democracia interna y de dirección colectiva. El Comité Central declaró que "ningún punto de vista personal de ningún miembro del partido que ocupe un cargo de responsabilidad, incluyendo aquellos que formen parte del Comité Central, puede ser considerado una 'instrucción'. También exigió a los medios de comunicación del país que prestarán más atención a los obreros, a los soldados y a los campesinos.

En 1981, el Partido Comunista de China publicó el documento “Decisión sobre la política de la propaganda de los periódicos y las emisiones de noticias” en el que se afirmaba el derecho de crítica del periodismo.

En este contexto, el periodismo de investigación salió de la imposible situación anterior y comenzaron a surgir una gran cantidad de reportajes de investigación. En 1980, el *Diario del Pueblo* y el *Diario de Trabajadores* publicaron un

informe sobre el accidente fatal de la plataforma petrolífera de Bohai N° 2 que orientó directamente la opinión pública contra la burocracia y con ello promovió el desarrollo de la supervisión de opinión pública. Este informe fue un gran avance en el periodismo de investigación. En 1987, el *Diario de la joven China* publicó una serie de informes de investigación sobre el incendio de Gran Khingan. Durante este periodo muchas revistas publicaron reportajes de investigación, como “Terremoto de Tangshan de 1976”, que expuso las miserables condiciones de las víctimas. Al mismo tiempo, comenzó a desarrollarse el reportaje de investigación de televisión. En 1980, se emitió la primera edición del programa llamado "Observaciones y Reflexiones". Ese programa se ha considerado como el pionero de los programas de investigación, y ha emitido muchos informes de investigación.

3. Tercera etapa: desde los años 90 del siglo XX hasta hoy

En 1992 China comenzó a establecer un sistema económico de mercado socialista, pero surgieron problemas sociales junto con la reforma económica de China y la transformación social. Estos problemas, desde sus aspectos políticos, económicos y culturales, proporcionaron una extensa realidad informativa para el periodismo de investigación. Al mismo tiempo, los departamentos de la Administración comenzaron a ayudar a los medios de comunicación a jugar su

papel de supervisar. Por lo tanto, podemos decir que el periodismo de investigación se ha desarrollado en gran medida en este período.

Es también en esta tercera etapa cuando los canales de la televisión china comenzaron a acercarse al periodismo de investigación. El 1 de mayo de 1993, “Horizonte Oriental” de CCTV, comenzó a emitir, y contribuyó por los temas tratados y por el formato del programa al desarrollo del periodismo de investigación. Más tarde, CCTV, considerando las necesidades de la sociedad y las necesidades de la reforma económica de China, decidió crear un programa informativo en el que se pudo investigar y analizar sucesos, problemas y fenómenos sociales. Así, con este espíritu de ir más allá de las fuentes oficiales y de reparar en causas y consecuencias, en mayo de 1996, un programa llamado "La Investigación de noticias" comenzó su andadura televisiva.

El periodismo de investigación se afianza en China sin ninguna duda. David Kaplan, director ejecutivo de la *Global Investigative Journalism Network*, una asociación de más de 100 organizaciones sin fines de lucro en 54 países que apoyan el periodismo de investigación, escribe lo siguiente:

"In 2011, the Chinese magazine Caixin revealed that local officials in a southern county were kidnapping babies and selling them on the black market, prompting an official investigation and international attention. The magazine, known for digging into hidden stories, was founded by journalist Hu Shuli, who pioneered

investigative journalism in China after completing a 1998 Knight Fellowship at Stanford University" (Kaplan, 2013: 9)⁴⁰.

"This vital tradition has now spread worldwide. Great reporting everywhere has always used investigative elements, but since the fall of the Berlin Wall in 1989, the practice of investigative journalism has grown dramatically overseas. Enterprising news media in Brazil, China, and India now field investigative teams" (Kaplan, 2013: 11)⁴¹.

"Journalists in China have exposed financial fraud, crooked sports games, and environmental degradation" (Kaplan, 2013: 20)⁴²

Por su parte, Ying Chan, en la introducción al libro de David Bandurski⁴³ y Martin Hala (2010), *Investigative Journalism in China*, explica:

"Despite persistent pressure from state censors and other tools of political control, investigative journalism has flourished in China over the last decade. This volume

⁴⁰ "En 2011, la revista china Caixin reveló que los funcionarios locales en un condado del sur estaban secuestrando bebés y vendiéndolos en el mercado negro, lo que provocó una investigación oficial y atención internacional. La revista, conocida por hurgar en historias ocultas, fue fundada por el periodista Hu Shuli, quien fue pionero en el periodismo de investigación en China luego de completar una Beca Knight de 1998 en la Universidad de Stanford". [Hu Shuli fue nombrado editor internacional del año de World Press Review 2003].

⁴¹ "Esta tradición vital se ha extendido a todo el mundo. Grandes reportajes en todas partes siempre han usado elementos de investigación, pero desde la caída del Muro de Berlín en 1989, la práctica del periodismo de investigación ha crecido dramáticamente en el extranjero. Los medios de comunicación emprendedores en Brasil, China e India ahora tienen equipos de investigación todo terreno".

⁴² "Los periodistas en China han denunciado fraudes financieros, juegos deportivos deshonestos y degradación ambiental".

⁴³ David Bandurski es codirector de China Media Project y editor del sitio web del proyecto. Es autor de *Dragons in Diamond Village* (Penguin), un libro de reportajes sobre urbanización y activismo social en China, y coeditor de *Investigative Journalism in China* (HKU Press). Sus escritos han aparecido en el New York Times, en *Far Eastern Economic Review*, en *Wall Street Journal*, *Index on Censorship*, *South China Morning Post* y otros. Recibió el Premio de Human Rights Press en 2007 por un artículo explicativo sobre las pautas de censura de Internet de China.

offers a comprehensive, first-hand look at investigative journalism in China, including insider accounts from reporters behind some of China's top stories in recent years. While many outsiders hold on to the stereotype of Chinese journalists as docile, subservient Party hacks, a number of brave Chinese reporters have exposed corruption and official misconduct with striking ingenuity and often at considerable personal sacrifice. Subjects have included officials pilfering state funds, directors of public charities pocketing private donations, businesses fleecing unsuspecting consumers – even the misdeeds of journalists themselves. These case studies address critical issues of commercialization of the media, the development of ethical journalism practices, the rising specter of “news blackmail,” negotiating China's mystifying bureaucracy, the dangers of libel suits, and how political pressures impact different stories. During fellowships at the Journalism & Media Studies Centre of the University of Hong Kong, these narratives and other background materials were fact-checked and edited by JMSC staff to address critical issues related to the media transitions currently under way in the PRC. This engaging narrative gives readers a vivid sense of how journalism is practiced in China." (en Bandusrki y Hala, 2010, introd., 8)⁴⁴

⁴⁴ A pesar de la presión persistente de los censores estatales y otras herramientas de control político, el periodismo de investigación ha florecido en China en la última década. Este volumen ofrece una mirada integral y de primera mano sobre el periodismo de investigación en China, incluidas las cuentas internas de reporteros que respaldan algunas de las principales historias de China en los últimos años. Mientras que muchos extranjeros se aferran al estereotipo de que los periodistas chinos son unos dóciles y serviles hackers del Partido, una serie de valientes reporteros chinos han denunciado la corrupción y la mala conducta oficial con sorprendente ingenio y, a menudo, con un considerable sacrificio personal. Han incluido a funcionarios que roban fondos estatales, directores de organizaciones benéficas públicas que confiscan donaciones privadas, negocios que despluman a consumidores inocentes, incluso las fechorías de los propios periodistas. Estos estudios de casos abordan cuestiones críticas de la comercialización de los medios, el desarrollo de prácticas de periodismo ético, el creciente espectro del "chantaje de las noticias", la negociación de la burocracia desconcertante de China, los peligros de las demandas por difamación y cómo las presiones políticas afectan diferentes historias. Durante las becas en el Centro de Estudios de Periodismo y Medios de la Universidad de Hong Kong, el personal de JMSC verificó y editó estos relatos y otros materiales de referencia para abordar cuestiones críticas relacionadas con las transiciones de los medios actualmente en curso en la República Popular China. Esta interesante narración les brinda a los lectores un vívido sentido de cómo se practica el periodismo en China.

3.3.6. Las tres etapas del desarrollo del programa "La investigación de noticias"

“La investigación de noticias” es un programa informativo de supervisión de opinión pública que se basa en el ejercicio del periodismo de investigación. Se difunde cada semana en la televisión central de China con una duración de 45 minutos. Este programa realiza una búsqueda de verdad y razón con la investigación de los periodistas, y juega un papel muy importante para promover el progreso de la armonía social.

Desde 1996, con el desarrollo social de China, el programa "La investigación de noticias" ha experimentado una evolución constante que se puede dividir en 3 etapas según el artículo de Hu Zhifeng, llamado “El análisis de los famosos programas de televisión” (en Hu Zhifeng, 2005):

- La primera etapa (1996-2000) es el período de la exploración. En este periodo, “La investigación de noticias” ha explorado múltiples tipos de programas. “La investigación de noticias” comenzó a difundir en 17 de mayo de 1996, con el eslogan "las historias que están sucediendo, las noticias que están detrás de las noticias". El primer programa fue “El grupo especial”, que se refería a la escuela de secundaria Guangqu de Beijing. Esta escuela creó un grupo especial para los estudiantes excelentes que no pudieron pagar las tasas escolares. La escuela no sólo les ofreció la matrícula gratis, también les dio 1500 yuanes cada año durante los tres años que estuvieron en la escuela secundaria. Este programa ofreció una

nueva idea a la creación de “La investigación de noticias”: un tema ordinario también se puede ser interesante, impresionante y emocionante. Debido el buen éxito del primer programa “El grupo especial”, se configuró la estructura informativa y el formato del programa para el futuro: la entrevista directa, el comentario directo, el análisis desde múltiples ángulos, la investigación profunda, etc. Esa configuración del programa todavía se utiliza actualmente.

Después de dos años de exploración, a principios de 1998, el programa "La investigación de noticias" ha ajustado su ubicación y calidad. De 1991 a 1998, “La investigación de noticias” logró un resultado fructífero por la influencia ejercida por sus programas emitidos, y gradualmente se convirtió en el programa más famoso de la televisión central de China.

- La segunda etapa (2000-2002) es el período de afianzamiento. En esta etapa, "La investigación de noticias" utilizó el eslogan "Explorar la verdad". Es en este periodo cuando el programa se preocupa por buscar y encontrar su estilo propio, identificativo, basado en la claridad. Amplió el concepto de verdad de su eslogan: Sai Na, el productor de “La investigación de noticias”, creía que “la verdad es aquello que se ha ocultado deliberadamente por el poder, el interés o el prejuicio, y alguna verdad también es ocultada por ciertos grupos”. Es decir que la verdad había que buscarla en dos estados: uno, el secreto y escandaloso, que es lo que el poder oculta; el otro se refiere al estado caótico o conjunto de cuestiones

incompletas que se encubren por la moral y con doble conciencia. La investigación del primer tipo de “verdad” fue la refutación al hecho existente para revelar la mentira. Y la investigación del segundo tipo de “verdad” fue la aclaración al hecho existente para reflejar el estado caótico”⁴⁵

Después de determinar este posicionamiento, "La investigación de noticias" buscó esa verdad que pudo definir en abundantes casos, como la investigación del accidente minero de Nandan, o el secreto de los terroristas de Turkestán Oriental, logrando así máxima audiencia. Pero desde la situación real, este programa estaba sujeto a la política propagandística del gobierno o del partido, por eso su cantidad y calidad todavía necesitaban aumentar.

La tercera etapa (2005- hoy) es el período de maduración. En esta etapa, “La investigación de noticias” propuso que el periodismo de investigación es la competencia principal del programa. En este período, la política de propaganda y la estructura interna de la televisión central de China ha cambiado y el periodismo de investigación se ha convertido en el objetivo final de “La investigación de noticias”. En primer lugar, la política de propaganda del gobierno ha evolucionado. En el *XVI Congreso Nacional del Partido Comunista*

⁴⁵ “La introducción del programa ‘la investigación de noticias’ de CCTV”, disponible en: <http://search.cctv.com/search.php?qtext=%E6%96%B0%E9%97%BB%E8%B0%83%E6%9F%A5%E6%A0%8F%E7%9B%AE%E7%AE%80%E4%BB%8B&type=web>

de China en Beijing, el Presidente de la República Popular China Jiang Zemin⁴⁶ dijo en su discurso (8 de noviembre de 2002) que era necesario "potenciar la supervisión organizativa y la democrática y hacer valer el papel supervisor de la opinión pública". Esto aumentó la fuerza de la supervisión de opinión pública. En segundo lugar, la competencia interna en la estación de televisión era cada vez más fuerte. Después de 2003, había una gran cantidad de nuevos programas informativos de supervisión de opinión pública. Todos los programas informativos compitieron en el mercado limitado de noticias, por eso la cuota de pantalla era más importante que nunca.

Esta competencia de medios y programas se produjo sobre todo después de la puesta en práctica de las nuevas tecnologías para la medición de las audiencias. Las calificaciones, más importantes que nunca, se convirtieron en un factor de referencia vital. El programa "La investigación de noticias", como todos, se encontraba bajo de la presión del mercado y, a pesar de que era considerado como un programa de buena calidad, tuvo que reconsiderar la manera de sobrevivir y desarrollarse.

En 8 de mayo de 2003, el horario de "La investigación de noticias" cambió de 21:15 los lunes a las 22:35 del mismo día de la semana. Debido a este cambio de

⁴⁶ Jiang Zemin (Yangzhou, China, 1926) es un político chino. Fue Secretario General del Partido Comunista Chino desde marzo de 1989 hasta marzo de 2002. Y Presidente de la República Popular China desde marzo de 1993 a marzo de 2003.

horario, perdió un millón de espectadores. En este horario, se difundieron muchos programas de calidad, pero la competencia era muy fuerte.

En este contexto, con el fin de mantener la competitividad principal del programa, "La investigación de noticias" convocó una reunión en el abril de 2003. Zhang Jie, la productora, propuso claramente que el periodismo de investigación sería el objetivo.

3.3.7. Análisis del contenido del programa "La investigación de noticias"

A partir de los temas que ha difundido en los últimos 5 años, el contenido de "La investigación de noticias" se puede dividir en los siguientes aspectos:

1. Los problemas en el desarrollo y la reforma del país
2. Las cuestiones políticas nacionales e internacionales
3. Los fenómenos sociales y la vida social
4. La protección del medio ambiente y ecología
5. El recuerdo de las cuestiones históricas
6. La corrupción y la conducta ilegales
7. Las cuestiones científicas y tecnológicas.

“La investigación de noticias” presta especial atención a la corrupción y la conducta ilegal de quienes tienen responsabilidades de poder, los fenómenos sociales y la vida social y los problemas en el desarrollo y la reforma del país, porque los tres aspectos están relacionado directamente con la vida cotidiana. En nuestro análisis nos detendremos en estos tres aspectos mencionados.

3.3.7.1. El contenido sobre los problemas en el desarrollo y la reforma del país

Este tipo de contenido es una parte importante de "La investigación de noticias", y representa aproximadamente el 16% de los contenidos del programa en los últimos 5 años. Los espacios más representativos sobre los problemas en el desarrollo y la reforma del país son: “La práctica de Chengdu”, “El camino hacia la democracia en el pueblo Maliu”, “Reforma de la policía de Liaoning”, “Las dudas del seguro médico”, “El desarrollo de la Constitución”, etc. Por sus títulos pueden deducirse los temas tratados. Por ejemplo, "El camino hacia la democracia del pueblo Maliu" se refirió al hecho de que el gobierno del pueblo Maliu reconoció el derecho de participación de sus ciudadanos en los asuntos de decisión, lo que constituía una reforma democrática muy noticiable y ejemplar. En “Las dudas del seguro médico”, el espacio investigó sobre la actuación de algunos hospitales y pacientes que utilizan el agujero del sistema de seguro médico para defraudar a los fondos. Debido a su emisión, los problemas en el

sistema de seguro médico mejoraron a través de la supervisión de opinión pública.

Por medio del análisis del contenido del programa, se puede ver que estos temas coinciden con la política económica del gobierno central y se llevan a cabo de acuerdo con el ritmo del gobierno. “La investigación de noticias” refleja las nuevas situaciones y nuevos problemas en la reforma y el desarrollo del país, y contribuye a la solución de estos problemas para mantener la estabilidad social y promover la reforma y el desarrollo social. Todo esto representa que “La investigación de noticias” es uno de los programas de investigación más profunda, por lo que tiene la responsabilidad y la obligación en la reforma y el desarrollo de la sociedad.

Este tipo de programas es bien recibido por los departamentos gubernamentales, porque no sólo informas sobre los problemas, sino que también los analizan, los valoran, y proponen la manera de resolverlos. “La investigación de noticias” ofrece ideas para formular y adaptar la política al gobierno, y ayuda a mejorar las medidas de reforma. Al mismo tiempo, este programa promueve el progreso de la reforma social a través de la orientación de la opinión pública.

Este tipo de programa también es bien recibido por la sociedad, porque la reforma es un proceso de ajustar el interés común entre los diversos grupos sociales. Inevitablemente va a dañar el interés de algunas personas y conducirá a

una variedad de conflictos sociales, pero el sistema político de reformas en China busca la estabilidad de la sociedad. “La investigación de noticias” refleja esos problemas generados por la reforma social de un modo racional, y orienta a los públicos para el debate. De esta manera se puede aliviar oportunamente el descontento social, equilibrar eficazmente la psicología social, moderar los conflictos sociales y promover la armonía social.

3.3.7.2. El contenido sobre los fenómenos sociales y la vida social

Los fenómenos sociales y los aspectos importantes de la vida social representa aproximadamente el 26% de los espacios de emisión del programa "La investigación de noticias". Con el desarrollo de la ciencia y la tecnología, el pensamiento múltiple y el pensamiento creativo gradualmente reemplazan al pensamiento simple y el pensamiento automático. Los públicos no se conforman sólo con saber lo que pasó, sino también necesitan entender todos los aspectos de los asuntos y su impacto en los individuos y en la sociedad.

La sociedad china está actualmente en un período de transición, los sistemas sociales y los sistemas económicos están cambiando velozmente, y los valores tradicionales de las personas se enfrentan a retos sin precedentes. Por lo tanto, cuando las personas se encuentran con los nuevos problemas o los nuevos fenómenos se genera una gran confusión. Según Elihu Katz, en su teoría de usos y gratificaciones, "no importa cuán grande y poderoso sea el medio, éste no

podrá ejercer ningún tipo de influencia sobre un individuo al que la información o el impacto creado por dicho medio no le haya resultado útil dentro del contexto social y psicológico en el que éste desenvuelve" (cit. en Nosnik, 1991: 96). Esta teoría de usos y gratificaciones en la comunicación se utiliza para entender cómo y porqué la gente busca activamente determinados contenidos en los medios de comunicación. En un artículo de 1973 titulado " On the Use of the Mass Media for Important Things", Elihu Katz, Michael Gurevitch y Hadassah Haas, sobre las necesidades sociales y psicológicas de los medios de comunicación, hicieron una clasificación en 5 categorías o grupos significativos:

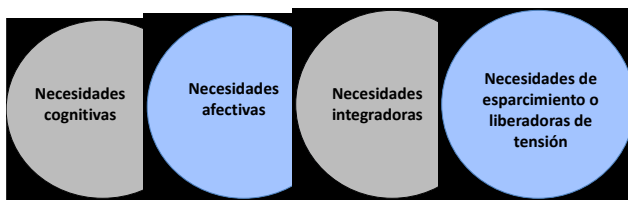
- 1. Needs related to strengthening information, knowledge, and understanding—these can be called cognitive needs*
- 2. Needs related to strengthening aesthetic, pleasurable and emotional experience—or affective needs*
- 3. Needs related to strengthening credibility, confidence, stability, and status—these combine both cognitive and affective elements and can be labeled integrative needs*
- 4. Needs related to strengthening contact with family, friends, and the world. These can also be seen as performing an integrative function*

*5. Needs related to escape or tension-release which we define in terms of the weakening of contact with self and one's social roles (Katz, Gurevitch y Haas, 1973: 166)*⁴⁷

Esta teoría de los usos y gratificaciones de los medios de comunicación encaja o tiene muchas similitudes con la teoría de la *jerarquía de necesidades* del psicólogo Abraham Maslow en su ensayo *Una teoría de la motivación humana*, que publicó en 1943 y que hemos expuesto en el capítulo 2 de esta tesis, epígrafe 2.3.1. ("La opinión pública y su función del elogio"). En su trabajo de 1973 "On the Use of The Mass Media for Important Things" ("Sobre el uso de los medios de comunicación para cosas importantes"), Katz, Guveritch y Haas no jerarquizan en forma de pirámide las necesidades que la información de los medios debe cumplir y parece que las numeran como categorías no jerarquizadas para su representación. En realidad, dos de las funciones que describen y numeran tienen el mismo sentido: la integración del individuo. En este sentido podríamos dejar en 4 sus categorías funcionales.

⁴⁷ 1. Necesidades relacionadas con el fortalecimiento de la información, el conocimiento y la comprensión: estas pueden denominarse **necesidades cognitivas**; 2. Necesidades relacionadas con el fortalecimiento de la experiencia estética, placentera y emocional, o las **necesidades afectivas**; 3. Las necesidades relacionadas con el fortalecimiento de la credibilidad, la confianza, la estabilidad y el estado: combinan elementos cognitivos y afectivos, y se pueden etiquetar como **necesidades integradoras**; 4. Necesidades relacionadas con el fortalecimiento del contacto con la familia, amigos y el mundo. También se puede ver que desempeñan una **función integradora**; 5. Necesidades relacionadas con el esparcimiento o la liberación de tensión que definimos en términos del **debilitamiento del contacto con uno mismo y sus roles sociales**.

Teoría de usos y gratificaciones (necesidades sociales y psicológicas de los medios de comunicación)



Katz, Gurevitch y Haas, 1973: "On the Use of The Mass Media for Important Things", p. 166



Imágenes 9 y 10: Teoría de usos y gratificaciones de Katz et al (1973) y teoría de la jerarquía de las necesidades de Maslow (1943). Elaboración propia.

Las audiencias contactan con los medios de comunicación con las motivaciones teorizadas por Katz, Gurevitch y Hass y con una escala de valores que coincide con la pirámide propuesta por Maslow. Cuando los medios de comunicación narran, explican y analizan problemas y fenómenos que afectan a las audiencias se puede obtener una respuesta muy proactiva por parte de esas audiencias que, a su vez, generarán opinión pública.

En el contexto social, el programa "La investigación de noticias" centra su objetivo en revelar la esencia de los asuntos, analizar los problemas sociales y dar respuesta a preguntas no formuladas y ayudar a las personas aclarando confusiones. Así, las funciones cognitivas e integradoras se cumplen beneficiosamente para todas las sociedades. Pero piénsese en la sociedad china, compuesta por casi mil cuatrocientos millones de habitantes que ocupan un

vastísimo territorio. Así las personas son más capaces de reconocer sus propios entornos sociales, con el fin de ajustar sus ideas y comportamientos, y tienen una mejor interacción con la sociedad. Esta es la razón por la cual este tipo de programas, como "La investigación de noticias" es tan popular y, a la vez, necesario. Las otras funciones, la afectiva también se cumple por la empatía emocional que provocan los reportajes en la audiencia. La función del esparcimiento se ve cumplida en otros programas televisivos de índole muy diferente.

Respecto a las funciones cognitiva e integradora, también la afectiva, de los espacios del programa "La investigación de noticias", podemos destacar títulos de reportajes emitidos como, por ejemplo, "Los niños se quedan atrás", "Los traumas de los gemelos", "La tecnoadicción juvenil", "Los niños con autismo", "La pérdida de los ojos", "Los niños se quedan atrás", etc. Por ejemplo, este último analizaba la situación de muchos miles de niños chinos que se quedan sin sus padres en sus pueblos pobres, al cuidado de abuelos o vecinos, porque esos padres se van a trabajar a las grandes ciudades. "La investigación de noticias" investigó las condiciones de vida de estos niños, lo que provocó la preocupación y consideración por ellos en debates a nivel nacional. Otro reportaje, "Los traumas de los gemelos" investigó la causa del suicidio de un niño que de 12 años, y reflejó un problema grave entre los niños, los padres y los maestros, que carecieron de una comunicación eficaz.

“La investigación de noticias” informa y explica casos y situaciones que se ocultan socialmente por una falsa conciencia y por ignorancia (lo que se llama el inconsciente colectivo). Este programa aclara los problemas que ya existen a través de la investigación para ayudar a las personas a reconocer los problemas complejos y los fenómenos sociales. Es el modo de integración necesario para construir mejores sociedades. Este tipo de programa tiene un significado importante para la construcción de la civilización espiritual en China.

3.3.7.3. El contenido sobre la corrupción y las conductas ilegales

En el programa "La investigación de noticias" los contenidos sobre la corrupción y conductas contra la ley representan aproximadamente el 30% del total del programa en los últimos 5 años, y los temas emitidos se centran en la corrupción existente en los diversos organismos públicos y las conductas ilegales de funcionarios y otros representantes sociales. En 2003, el *XVI del Congreso Nacional del Partido Comunista de China* propuso “acercar a la vida, acercar a la realidad, acercar a la persona”, y orientó la opinión pública en una dirección clara. En este contexto, el posicionamiento de “La investigación de noticias” tiene claro que la corrupción es una lacra para el avance social y determina su competitividad en el periodismo de investigación. Por lo tanto, “La investigación de noticias” difunde muchos contenidos sobre la corrupción y las conductas ilegales.

Debido a la transformación social de China, el sistema legal no es perfecto, el compromiso moral e ideológico de las personas no es elevado, los problemas sociales surgen continuamente, tales como las corrupciones, las competencias desleales, las estafas, las decadencias morales, etc. Estos problemas suceden en todos los niveles sociales. Ello proporciona una fuente inagotable de información y de motivación para este tipo de programas de investigación.

El modo del control del gobierno a los medios de comunicación está cambiando gradualmente, ya no existe un control directo. Es decir, el gobierno ya no concibe solo a los medios de comunicación como la herramienta de propaganda política, sino que va aceptando las funciones de información, divulgación de conocimientos, de expresión de los intereses públicos y de esparcimiento y diversión con lo que es más fácil mantener la armonía social. Es decir, los medios de comunicación comienzan a tener una cierta función en el dominio público. Al mismo tiempo los medios de comunicación realizan sus funciones de supervisión de opinión pública. Este tipo de programas informativos e investigativos se ha convertido en la mejor arma para salvaguardar la equidad social.

En este aspecto, los espacios más representativos de “La investigación de noticias” son: “Las cuerdas del destino”, “El disparo en la montaña”, “Dr. Hu Weimin”, “La lista de la muerte”, “El misterio de la pérdida de los activos

estatales ", "El secreto de la inmigración ilegal", etc. Por ejemplo, “Las cuerdas del destino” reveló los hechos injustos en el examen del Conservatorio de Música de China y defendía el equilibrio social y la justicia. “El disparo en la montaña” investigó sobre las secuelas sufridas por unos ciudadanos por los disparos de los policías, lo que además reflejó hechos ilegales en la gestión administrativa. “Dr. Hu Weimin” investigó la razón de la renuncia del Dr. Hu Weimin del hospital Renmin de la provincia Hunan, finalmente reveló la corrupción en el campo de la medicina. “Lista de la muerte” investigó el número exacto de muertes en el accidente minero de la provincia Shanxi, y descubrió que los departamentos administrativos locales ocultaban la verdad y que amenazaron las familias de los fallecidos en el accidente minero.

Estos espacios de reportajes de investigación muestran que los casos de corrupción y las conductas ilegales se refieren al campo económico, la asistencia sanitaria, la administración pública, la justicia social y la credibilidad del gobierno. La influencia social de este programa de investigación es creciente debido a su función de supervisión de opinión pública, por eso “La investigación de noticias” desempeña un papel importante en la sociedad china.

3.3.8. Reconocimientos de “La investigación de noticias”

“La investigación de noticias” ha pasado un proceso extraordinario durante 20 años de exploración, ajuste y desarrollo del programa. Se ha convertido en el

espacio informativo más famoso en lo que se refiere al periodismo de investigación en China, y es conocido como el “60 minutos” de China.

En primer lugar, la cuota de pantalla de este programa está en los primeros tres puestos de audiencia en el canal 1 de CCTV. En 2003, “La investigación de noticias” ocupó el séptimo lugar en la clasificación de todos los programas de CCTV, y se clasificó como el mejor programa de CCTV. Además, según las estadísticas de información pública de CCTV, desde 2003 la cantidad de audiencias encabezó la lista. En 2004, “La investigación de noticias” ocupó el sexto lugar en la clasificación de la satisfacción pública sobre todos programas del país. En la votación de los programas favoritos de los públicos, “La investigación de noticias” ocupó el segundo lugar”⁴⁸

En segundo lugar, desde la perspectiva de premios conseguidos por “La investigación de noticias”, en 1996, el espacio “El grupo especial” ganó el segundo premio de información política de la agencia de noticias de China. En 1999, “La corporación Shougang o cómo afrontar el cielo de capital” ganó el segundo premio en las obras destacadas de radio y televisión. En el mismo año, el reportaje “La segunda vida” ganó el premio multicultural en el 36ª premio especial de los programas de radio y televisión de China. En 2000, “La muerte del antílope tibetano” fue nominado en el 40ª Festival de Televisión de

⁴⁸ Columna “La investigación de noticias”, Disponible en: www.cctv.com.

Montecarlo, y el reportaje “La confesión de los drogadictos” ganó el primer premio en la categoría de educación social en los premios de las noticias de radio y televisión de China. En el mismo año, “La muerte de Fan Li” ganó el primer premio sobre noticias de temas legales. En 2003, “El secreto de las fuerzas terroristas del "Turkestán Oriental" ganó el primer premio en la categoría de educación social de Premios de noticias de radio y televisión de China. En 2006, el reportaje “Los niños” ganó el premio del documental sobresaliente. En 2007, “Las facturas astronómicas del hospital” ganó el premio al documental sobresaliente⁴⁹.

3.3.9. Análisis de las características de “La investigación de noticias”

Después de las continuas exploraciones durante 20 años, “La investigación de noticias” ha acumulado riqueza de experiencia en su programación, ha desarrollado su propio estilo único, y ha obtenido el favor del público. “La investigación de noticias” tiene las siguientes características principales:

A) La profundidad de este programa se demuestra en la duda del periodista.

Du Dujun Fei y Hu Yiqing indicaron en su obra *Principios de informes de profundidad*: el hecho de que la noticia no es sólo un evento de informativo específico. Lo más importante es la relación entre ese evento y otros, sus

⁴⁹ Disponible en: <http://www.cctv.com/news/society/20060426/103148.shtml>

consecuencias para la sociedad y las personas" (Dujun Fei y Hu Yiqing, 2001: 5). ¿Cómo se muestra la profundidad? La práctica de “La investigación de noticias” es primeramente cuestionar las noticias, después determinar la relación entre los eventos informativos, la sociedad y las personas. Y finalmente encontrar verdad con la investigación. En el proceso de investigación, los periodistas de “La investigación de noticias” siempre mantienen la vigilancia, no creen los hechos superficiales fácilmente, y hacen una deducción con serenidad basándose en la duda, buscan continuamente todo lo que debe responder a esas dudas, constantemente indagan pistas y detalles, evitan las variadas trampas, exponen las contradicciones y mentiras que se encuentran, y entrevistan sobre los hechos y sus referencias.

Por ejemplo, el espacio “La lista de la muerte” demuestra este estilo de duda. El 2 de febrero de 2002, en la mina del carbón de la provincia Shanxi sucedió una explosión de gas. Después del accidente, el gobierno local no reveló el número de muertes, ni autorizó a los medios de comunicación para informar sobre ello. Qu Changying, el periodista de “La investigación de noticias” acudió a Shanxi, y por sus pesquisas pudo saber que la causa del accidente fue que el propietario de la mina violó los reglamentos y no implementó las medidas de seguridad obligatorias. El periodista Qu Changying no creyó en principio la versión oficial, y la duda guió su trabajo de investigación. Después él averiguó por sus entrevistas con los trabajadores que el número de muertes en este accidente

minero fue más de treinta y el informe del departamento de seguridad local indicó que las muertes solo fueron ocho. ¿Quién estaba mintiendo? Qu Changying investigó y confirmó que en efecto fueron treinta las personas fallecidas y obtuvo además los testimonios de familias que dijeron haber sido intimidadas para ocultarlo. Finalmente, después de dos semanas de pruebas, Qu Changying encontró la identidad de los muertos en este accidente y cuyos nombres no estaban incluidos en la lista de fallecidos. Sin embargo, el periodista no dejó la investigación, y volvió al pueblo minero para investigar al propietario de la mina. ¿Por qué ese propietario pudo hacer lo que quiso? ¿Por qué el departamento de seguridad local encubrió la verdad? ¿Existió soborno o abuso de poder? El periodista de “La investigación de noticias” continuó su investigación con la base de estas dudas. Al final, la verdadera causa fue revelada: el accidente se produjo por la ineficacia de la administración de las autoridades locales. Debido a la difusión de este programa, el gobierno nacional emprendió una investigación especial sobre los hechos. Este caso (como otros muchos del programa) ilustra la contribución del periodismo de investigación en el mejoramiento social.

B) La distintiva técnica de narrar

"Los Premios Emmy de EE.UU valoraron que el programa “60 minutos” de CBS entró en el núcleo de las historias y en el corazón de los personajes con una manera simple y eficaz. La técnica narrativa de "60 minutos" se puede

resumir en tres aspectos: en primer lugar, se destaca el comienzo. Es decir, generalmente pone el contenido más llamativo en el comienzo; en segundo lugar, se expresa el conflicto, y promueve el desarrollo de la entrevista en profundidad mediante el conflicto de la trama; en tercer lugar, se deja las detalles que menos importantes para el desarrollo de la historia, pero siempre pone el núcleo de la historia en el primer lugar" (Ye Fengying, 2005: 13).

- La estructura general

Es indudable que “La investigación de noticias” ha buscado su modelo en el programa de la CBS estadounidense “60 minutes”, desde las técnicas narrativas a otras cuestiones innovadoras. “La investigación de noticias” narra una sola historia durante 45 minutos, lo que le ha obligado a buscar las mejores técnicas narrativas para sus reportajes: generalmente se utiliza el comentario y el montaje, corta las frases claves de los personajes en las entrevistas y las une con el conflicto, creando un ambiente emocionante y tenso. Luego el presentador narra simplemente el contexto y la razón del tratamiento del evento en cuestión para que los públicos entiendan por qué se han investigado los hechos narrados. A medida que avanza el reportaje, se profundiza en la investigación, acercándose gradualmente a la resolución. El programa se divide en varios fragmentos, pero cada fragmento desempeña el papel de un nexo que se resume los contenidos anteriores con lenguaje conciso, y, a la vez, conduce al suspense del siguiente fragmento con lenguaje directo. Se trata de una técnica de interés sostenido. Por último, el presentador hace un breve comentario justificado sobre la historia o asunto narrados que sirve como broche final de reflexión.

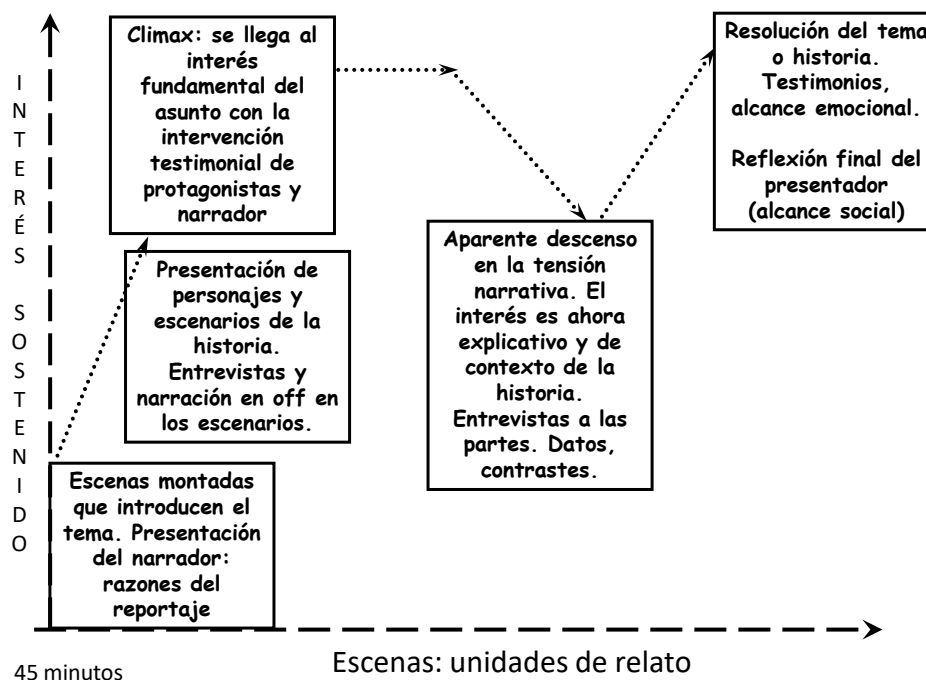


Imagen 11: diagrama de la estructura narrativa habitual del programa "La investigación de noticias".
Fuente: elaboración propia partiendo del diagrama narrativo de los reportajes en Casals, 2005: 422)

- Se utiliza la narración de los entrevistados como núcleo de la historia

La utilización de la narración de entrevistados como núcleo fundamental de la historia es una característica principal. Por ejemplo, en el espacio "Las cuerdas del destino", Song Fei, el famoso músico de Erhu, narró los hechos injustos en el examen de selectividad del Conservatorio de Música de China. En este evento, algunos estudiantes que tuvieron grandes errores lograron una mejor calificación, y otros estudiantes excelentes suspendieron en este examen. En ese reportaje se introdujo una conversación inolvidable entre la presentadora y el entrevistado. Cuando la presentadora Chai Jing dijo: "consideramos que los profesores en un conservatorio son serios, porque el profesor es una profesión muy sagrada", el

entrevistado Song Fei declaró: “yo comencé los estudios de posgrado en 1998, en la primera clase mi director escribió tres palabras en la pizarra: la primera era inundación; la segunda, universidad; y, la tercera, poder. Después nos preguntó qué era la inundación, la universidad y el poder. Respondí que la inundación era un desastre natural, era algo que las personas no pueden controlar, lo que era terrible. Que la universidad era un lugar sagrado para lograr conocimiento. Y que el poder era aquello que pudo satisfacer nuestro deseo. Mi director dijo que si no había conocimiento en la universidad, solamente había poder, y que este fenómeno es como una inundación que anega la mente humana y la estructura social. Finalmente yo me convertí en un profesor y trabajo en la universidad, yo veo la inundación gradualmente, y yo quiero evitarla”. Esta respuesta de Song Fei fue real e impresionante, con ella explicó su forma de proteger a los estudiantes que fueron tratados injustamente en el examen. Esta conversación fue la clave del programa. Esta técnica de utilizar las entrevistas con protagonistas o testigos de los hechos es muy distintiva de la narrativa de los reportajes del programa "La investigación de noticias".

- Se refleja fuertemente la apelación emocional y el cuidado humanístico

La apelación emocional indica que los periodistas de “La investigación de noticias” deben establecer una buena relación con los públicos para realmente convertirse en sus portavoces. Deben llevarlos al grado de experimentar todo el

proceso de la investigación y la escena. La investigación del periodista debe representar las relaciones emocionales de los públicos, y expresar las emociones de ellos. Por ejemplo, el reportaje “El crecimiento de espíritu” se refirió a los trastornos del estado de ánimo de los adolescentes. Chai Jing, la periodista de este programa, entrevistó a dos jóvenes adolescentes que sufrieron problemas del estado de ánimo, una chica llamada Guo Juanjuan, y otro chico llamado Song Yu. En el fin del reportaje, la pantalla funde a negro, pero se oyen las voces de la conversación entre un doctor y la adolescente Guo Juanjuan, y la conversación entre la periodista Chai Jing y el padre del otro adolescente Song Yu. El doctor preguntó a Guo Juanjuan: “¿la amas? Guo Juanjuan respondió: “ sí, la amo.” “¿Tu madre te ama?” “Creo que sí” Chai Jing preguntó al padre de Song Yu: “¿Amas a Song Yu?” “Claro que sí.” “¿Te ama Song Yu?” “Me ama”. Las frases simples en este final del programa están llenas de emoción, y el efecto de la pantalla fundida en negro destacó esta emoción que hace que los públicos sientan plenamente cada palabra y el tono de las dos conversaciones con el fin de realizar el impacto espiritual. Esa es la buena utilización de la apelación emocional.

El cuidado humanístico se refiere al cuidado de las condiciones de la vida humana, la afirmación de la dignidad humana y la búsqueda de la emancipación y de la libertad (Yu Wujin, 2001: 6)

La afirmación de la dignidad humana es la peculiaridad de “La investigación de noticias”, también es una razón importante por ganar respeto. Por ejemplo, hay una imagen memorable en la obra "Los traumas de los gemelos". La periodista Chai Jing entrevistó al primo de una chica suicida en un verde patio. Chai Jing y el entrevistado fueron presentados en pantalla solo en silueta. Este chico, sentado en una postura rígida, reveló con sus gestos nerviosos el dolor interno y la ansiedad. Chai Jing se inclinó hacia delante y le preguntó suavemente: “¿Te sientes triste?”- “Sí.”- “¿Qué haces cuando estás triste?” En este momento, el chico comienza a llorar, no puede hablar, y entonces Chai Jing le dice al cámara que interrumpía la entrevista. Sin embargo, la cámara no se apagó y siguió grabando las imágenes siguientes: la periodista Chai Jing secó las lágrimas del chico, después un momento de silencio, y luego preguntó al chico suavemente: “¿Has hablado con tu hermana en tu corazón?” - “Sí” - “¿Qué hablas con ella?”. El chico responde lentamente: “¿Cómo estás, hermana?”. En este programa se utiliza la silueta, y no se recurre al pixelado mosaico para ocultar el rostro porque generalmente se considera que constituye una falta de respeto. La imagen de Chai Jing cuando se agacha para enjugar las lágrimas del chico es muy memorable. Estos detalles aportan sentimientos positivos de empatía a los públicos y también representa que el programa tiene un interés informativo hacia los niños y jóvenes que tienen un trauma espiritual y les falta amparo. Eso significa el cuidado humanístico.

3.3.10. Conclusiones parciales: las características del programa "La investigación de noticias"

“La investigación de noticias” tiene una historia de 20 años en la televisión china y en estos años poco a poco ha ido configurándose como un espacio de información en profundidad y con características propias y renovadoras, con un espíritu racional y equilibrado. Actualmente es el programa favorito de la televisión central de China según la medición de audiencia y se ha convertido en el programa de investigación más importante de China. Ha obtenido importantes reconocimientos y ha logrado un estilo único en la narración y estructura de sus espacios televisivos, además de ser un referente en la supervisión de opinión pública. Todo ello, como hemos visto en el análisis realizado sobre este programa, es, sin duda, un triunfo muy importante para sus profesionales y para la propia CCTV.

Las razones que según el análisis realizado han permitido este éxito de público y de supervisión de opinión pública en China son las siguientes:

"La investigación de noticias" ha recogido el concepto que se desarrolla en Occidente desde finales del siglo XIX y comienzos del XX del llamado periodismo de investigación. Esto significa que tanto la selección de los eventos

para su tratamiento informativo como la planificación de cada reportaje emplea las exigencias de la investigación periodística: entrevista con fuentes oficiales y no oficiales, contraste de declaraciones, poner en duda las versiones oficiales, considerar las causas posibles, calibrar las consecuencias, dar voz a los más débiles o indefensos, hacer comprender el alcance social del hecho, llamar la atención al poder por los abusos, negligencias o falsedades. Tiene una evidente influencia buscada del programa "60 minutes" de la CBS (Estados Unidos).

"La investigación de noticias" es un programa de investigación real, que bucea en las profundidades de asuntos poco claros, con trascendencia social y que, en general, tienen aspectos ocultos. No se trata, en general, de revelaciones escandalosas pero sí muy importantes para la supervisión de la opinión pública. Ello contribuye al mejoramiento de la sociedad y del funcionamiento de la administración y del gobierno.

Las audiencias contactan con los medios de comunicación por las motivaciones teorizadas por Katz, Gurevitch y Hass (1973: 166). El programa "La investigación de noticias" cumple con las necesidades sociales y psicológicas de los medios de comunicación, según la Teoría de usos y gratificaciones (necesidades cognitivas, afectivas e integradoras), excepto la necesidad de esparcimiento ya que no es ese su objetivo. Cubrir estas necesidades en un

espacio informativo es un logro muy importante para un programa televisivo de reportajes y para la audiencia.

Los temas tratados por "La investigación de noticias" tienen un alto componente de interés humano. Esta característica fundamental se utiliza con exquisito cuidado humanístico, de modo que en ninguno de sus espacios existe ninguna tentación sensacionalista.

Todos los espacios del programa "La investigación de noticias" son monográficos, con una duración de 45 minutos. Esto permite la profundidad narrativa y ha obligado al programa a evolucionar constantemente en las técnicas de esa narrativa periodística, cuestión en la que se ha puesto mucho empeño y en la que resulta fundamental las entrevistas a los implicados en el tema tratado.

3.3.10.1. Los problemas “La investigación de noticias” y posibles soluciones

A pesar de las indudables virtudes y sus beneficios sociales del programa "La investigación de noticias" también se observan algunos problemas estructurales que, a continuación, se concluyen.

1. El porcentaje de investigación que revele asuntos ocultos todavía es bajo

Zhang Jie, productora de “La investigación de noticias”, declaró: "generalmente utilizaron una parte de la definición de los medios de comunicación impresos para definir el periodismo de investigación. Creo que el periodismo de investigación debe tener los siguientes elementos básicos: los reporteros investigan independientemente; el objeto de la investigación es el hecho que daña el interés público; el hecho es ocultado. Nosotros cumplimos en nuestros reportajes de investigación con los tres elementos básicos” (Zhang Jie, en Duan Bo, 2006: 11). En abril de 2003, en una reunión de los responsables del programa, "La investigación de noticias" determinó que su misión era revelar la verdad con la investigación de reporteros, o sea, que el trabajo fundamental es excavar para encontrar verdades y descubrir los secretos que fueron enterrados por algunos organismos o algunas personas. Sin embargo, Wu Jiexia considera que desde un punto de vista práctico "la emisión de esta función de revelación sólo ocupa el 50%. Es decir, solo la mitad del contenido de este programa está relacionado con la revelación de verdad. Desde abril de 2004 hasta abril de 2006, los temas que coincidieron con el objetivo del programa sólo ocuparon 25%" (Wu Jiexia, 2012: 22). ¿Por qué sucede esta carencia a pesar de las voluntades expresadas? Las principales razones son siguientes:

En primer lugar, se causa por las condiciones de vida de los medios de comunicación chinos. Los medios de comunicación de China son portavoces del partido y del gobierno, son su extensiones, por eso los medios de comunicación

se administran por el partido y el gobierno y se enfocan a la "publicidad positiva". Estos factores hacen difícil la investigación de los reporteros. Además, los reportajes de crítica de los medios de comunicación tienen una relación estrecha con la política de propaganda del gobierno. Si los medios de comunicación tienen el apoyo del gobierno, la cantidad de los reportajes de investigación aumenta rápidamente. Si no lo tienen, la cantidad de los reportajes de investigación disminuye. Como dijo de Guo Shenzhi, “la dependencia de los medios de comunicación del gobierno reduce su imparcialidad y su credibilidad, afecta a los resultados de la difusión de las noticias y de la supervisión de opinión pública. Los medios de comunicación nunca han revelado independientemente las verdades de las grandes cuestiones políticas y económicas. Los reportajes que revelan los graves problemas sociales a menudo se suprimen. Mientras tanto, debido la intervención y el boicot del objeto de la supervisión o de las autoridades superiores, la supervisión de opinión pública de los medios de comunicación está en una posición muy difícil” (Guo Shenzhi, 2003: 78).

En segundo lugar, existen algunas diferencias del concepto de periodismo de investigación. En Estados Unidos, la definición del periodismo de investigación tiene tres elementos: algunas personas o grupos intentan ocultar la verdad, entonces los reporteros deben encontrar los secretos y ofrecer la verdad al público; los reporteros investigan activamente y independientemente; el tema debe ser importante y debe tener consecuencias sociales. Sai Na, productor de

“La investigación de noticias” creía que “la verdad está en lo que se encubre deliberadamente por el poder, por el interés o por el prejuicio, pero también alguna verdad ha sido ocultada inconscientemente por cierto grupo. Es decir, que la verdad tuvo dos estados: uno fue conocido como el secreto y escándalo, que era aquel que se encubrió por el poder. El otro fue un estado caótico de cuestiones complejas, que era aquel que se encubrió por la moral y el nivel de conciencia. La investigación del primer tipo de “verdad” fue la refutación al hecho existente para revelar lo real. Y la investigación del segundo tipo de “verdad” fue la aclaración al hecho existente para reflejar el estado caótico”⁵⁰.

Está claro que la comprensión de "La investigación de noticias" sobre la verdad es diferente que la de los Estados Unidos. El periodismo estadounidense cree que la verdad es aquella que se oculta por algunos equipos o personas. Sin embargo, el productor de “La investigación de noticias” cree que la verdad no sólo es aquello que se oculta por algunos equipos o personas, sino también incluye la aclaración al hecho existente para reflejar el estado caótico. Es decir, la verdad también es aquello que se encubrió por la moral y el nivel de la falsa conciencia. Debido a esta diferencia en la comprensión, el ámbito del tema de "La investigación de noticias" no se limita a la revelación de los escándalos, también

⁵⁰ Declaraciones de Sai Na en “La introducción del programa la investigación de noticias’ de CCTV”, disponible en:

<http://search.cctv.com/search.php?qtext=%E6%96%B0%E9%97%BB%E8%B0%83%E6%9F%A5%E6%A0%8F%E7%9B%AE%E7%AE%80%E4%BB%8B&type=web>

incluye una serie de encuestas de opinión pública e investigación de incidentes cotidianos.

En tercer lugar, se causa por los defectos y dificultades del periodismo de investigación. En comparación con los reportajes generales, los reportajes de investigación exigen mucho más tiempo, y necesitan más recursos económicos y humanos. La naturaleza del periodismo de investigación es exponer los escándalos, pero la mayoría de los escándalos se ocultan por el poder. Para evitar la exposición de los escándalos, los objetos de investigación dificultan a la investigación de los medios de comunicación, entonces los reporteros honrados investigan y exponen independientemente los escándalos por sus esfuerzos. Con ello, estos reporteros afrontan mucho peligro en el proceso de investigación. Según las estadísticas del *Comité para la Protección de los Periodistas*⁵¹ (*Committee to Protect Journalists*, conocido por las siglas CPJ), con sede en Nueva York y que promueve la libertad de prensa y los derechos de los periodistas a nivel mundial, publica continuamente los asesinatos de periodistas y también las amenazas, querellas y otras coacciones y venganzas. La organización *Reporteros Sin Fronteras* (RSF, *Reporters sans frontières*) es una organización no gubernamental internacional de origen francés con sede permanente en París. Tiene como objetivo defender la libertad de prensa y a los periodistas

⁵¹ La organización fue fundada en 1981 por un grupo de corresponsales extranjeros en respuesta a la hostigación que recibían por parte de gobiernos autoritarios. Más información en su sitio web: <https://cpj.org/>

perseguidos por su actividad profesional. En sus informes anuales RSF publica todos los crímenes y persecuciones contra los periodistas y se analiza la situación de la libertad de prensa en todos los países. Respecto a la situación de China, RSF, bajo el título "Un control aún mayor de la información", informa lo siguiente:

"Apoyándose en el uso masivo de las nuevas tecnologías, el presidente chino, Xi Jinping, ha logrado imponer un modelo de sociedad basado en el control de la información y la vigilancia de los ciudadanos. [...]. Los medios de comunicación chinos, públicos y privados, se encuentran bajo el estricto control del Partido Comunista. [...]. Con el endurecimiento de la reglamentación de Internet, cualquier ciudadano puede ser encarcelado por haber compartido o comentado información en las redes sociales, incluso por un texto enviado por un servicio de mensajería privada" (*Reporteros sin Fronteras*, <https://rsf.org/es/china>).

Desde la perspectiva occidental, el diagnóstico de RSF explica el por qué del bajo porcentaje de reportajes de investigación reveladores de lo ocultado en el programa "La investigación de noticias". Que el gobierno chino mejore el sistema legal para proteger la función de supervisión de opinión pública de los medios de comunicación es, de momento, la única solución posible. Se debe cambiar la legislación en este ámbito para dar una garantía legal a la supervisión de opinión pública, y para garantizar el ejercicio periodístico de los periodistas, así como su protección legal. Al mismo tiempo, los medios de comunicación deben ser obligados por la ley para prevenir el abuso del derecho de supervisión de opinión pública. En la actualidad, algunos de los medios de comunicación no

pueden reconocer correctamente la naturaleza de la supervisión de opinión pública, no cooperan con la supervisión judicial, incluso obstaculizan la justicia. La ley debe dar una demarcación clara a la supervisión de opinión pública de los medios de comunicación, debe restringirla eficazmente y supervisar los trabajos de los medios de comunicación.

2. La pérdida de excelentes reporteros

En "La investigación de noticias" hay un grupo de reporteros excelentes, tales como, Wang Zhi, Dong Qian, Chang Jiang, Chai Jing, Yang Chun, etc. "La investigación de noticias" ayuda estos reporteros a lograr su fama, al mismo tiempo, ellos también ayudan a "La investigación de noticias" a lograr su éxito a través de sus esfuerzos, su preparación y profesionalidad y su dedicación al programa. Sin embargo, en los últimos años, "La investigación de noticias" al igual que muchos otros programas de CCTV, pierden a sus reporteros porque son captados, en general, por otras cadenas o programas de la televisión china. En este caso, hay dos factores importantes que merecen consideración:

En primer lugar, en el sistema de televisión de China, el director del programa es como el centro que asigna los recursos durante muchos años. El director tiene el derecho de controlar los recursos humanos, recursos financieros y recursos materiales. Durante mucho tiempo, el director es como el núcleo de "La investigación de noticias", él encuentra los temas y destina algunos periodistas a

entrevistar e investigar. Así la iniciativa, el entusiasmo y la creatividad de los reporteros se debilitan de forma natural.

En segundo lugar, es difícil ver periodistas mayores de 50 años en tareas de investigación periodística en un programa de televisión en China. La mayoría de ellos desaparece gradualmente después del término de contrato por diversas razones. Los líderes de estación de televisión tienen el prejuicio de que el trabajo de investigación tiene alta intensidad y presión y, por ello, sólo los jóvenes enérgicos pueden hacer este trabajo. En la selección de periodistas y presentadores en China, se aplica con énfasis el criterio de los jóvenes dinámicos, sin tener en cuenta que los de más edad tienen valiosos conocimientos y ricas experiencias. Debido a estas razones, algunos de los mejores reporteros de investigación y presentadores de “La investigación de noticias” salen de este programa. En los últimos años, “La investigación de noticias” ha comenzado a darse cuenta de este problema y trata de mejorarlo.

3.4. Análisis del programa “Temas en focos

En el campo del comentario, el programa “Noticias 1+1” es el más destacado de la televisión china, y en el campo de investigación, es el programa “La investigación de noticias”. El programa “Temas en focos” combina las características de estos dos programas, opinión e investigación, y crea un nuevo

sistema de informes de noticias para la supervisión de la opinión pública china. Por lo tanto, es digno de un estudio en profundidad. "Temas en focos" es un ejemplo típico de supervisión de opinión pública que se adecua a la evolución de la sociedad. Ha creado su propio estilo y características, especialmente los informes de supervisión de opinión, pues ha proporcionado experiencia al desarrollo de los programas de supervisión de opinión pública de China y ha desempeñado un papel rector en la creación de ese tipo de programas en China.

3.4.1. Introducción: información sobre programa “Temas en focos”

El programa "Temas en focos" fue fundado el 1 de abril de 1994. Muy rápidamente se convirtió en un programa muy conocido en China, también es uno de los programas que tiene la más alta medición de audiencia. Sus canales de difusión son: Canal integrado de la Televisión central de China (CCTV 1) y Canal informativo de la Televisión central de China (CCTV-noticia).

Desde su primera edición, el espacio televisivo se interesó por la vida de los pueblos de China. Los líderes del partido y el propio gobierno prestaron (y prestan) una gran atención al programa. Cada día el equipo del programa recibía más de 2300 valoraciones y pistas de noticias por parte de los espectadores por correo y por teléfono. Es uno de los programas de supervisión de opinión pública con mayor éxito en China.

Este programa refleja los problemas importantes que se originan en el proceso del desarrollo de la sociedad. Muchas noticias de "Temas en focos" constituyen la base para tomar las decisiones en los trabajos de algunos departamentos del gobierno. La estructura o formato de "Temas en focos" es muy básico: el presentador lee las noticias ante la cámara: "Noticia Leída". Después se establecen conexiones en los lugares en los que ha sucedido algo que va a ser tema del programa y así se crea el escenario visual. La imagen presenta en directo al periodista que informa. A través de la combinación de los dos formatos básicos, estudio y escenario, se desarrolla el proceso informativo. Actualmente el programa "Temas en focos" tiene 80 trabajadores en producción, realización, cámaras, edición, redacción, documentación, reporteros, jefe de sección y presentador. La producción, que coordina los medios técnicos y humanos, debe gestionar los materiales audiovisuales. La realización coordina y controla el discurso visual y sonoro. La redacción selecciona las noticias, ordena los argumentos informativos, elabora los textos que acompañen a las imágenes, etc. Los presentadores más conocidos del programa son Bai Yansong, Jing Yidan, Fang Hongjin, Shui Junyi, Fang Jing, Zhai Yu, etc. Cada uno de ellos tiene su propia especialidad y estilo. Por ejemplo, Bai Yansong trata las cuestiones con su particular opinión, tiene un fuerte deseo de expresar su pensamiento. En cambio Jing Yidan, una periodista con años de experiencia en la CCTV, tiene un estilo es

sereno, estoico y espontáneo. Los horarios de emisión varían según las zonas de China.

Tabla 8 El horario de difusión del programa en todo el país (Fuente: CCTV)

模式 (modelo de difusión)	频道(canal de tv)	播出时间(horario de difusión)
首播 (la primera emisión)	CCTV-1 (edición de China continental) CCTV-13 CCTV DAFU	19:38-19:55
首播 (la primera emisión)	CCTV-1 (Edición de Hong Kong y Macao)	21:38-21:55
央視重播 (retransmitir)	CCTV-13	El día siguiente 05:45-06:00
維吾爾語首播 (la primera emisión en idioma uigur)	新疆電視台維語新聞綜合頻道 (el canal de noticia de uigur de la estación de televisión Xin Jiang)	El día siguiente 20:24-20:45
哈薩克語首播 (la primera emisión en idioma kazajo)	新疆電視台哈語新聞綜合頻道((el canal de noticia de kazajo de la estación de televisión Xin Jiang)	El día siguiente 20:25-20:48

Temas en Focos es ante todo un programa de supervisión de opinión pública. La duración de cada espacio es de 13 minutos. La estructura es la siguiente: presentación y comentario del presentador en el estudio (1 minuto) + narración de la noticia y resultados de investigación (10 minutos) + comentario final del presentador en el estudio (1 minuto).



Imagen 12. Imagen del programa Temas en Focos. Fuente: <http://tv.cctv.com/lm/jdft/>

El símbolo principal del programa (a la izquierda de la imagen) es un ojo en una especie de círculo abierto y en movimiento. Con él se intenta un significado de mirada activa a la sociedad y a los telespectadores.

3.4.2. Contexto histórico del programa "Temas en focos"

La estructura social de China ha cambiado profundamente (véase Anexo): la reforma del sistema económico promovía la transformación de la estructura económica desde la sociedad general hasta la sociedad privada. La relación entre Estado y organización fue cambiando hacia la independencia y se fortalecía la divergencia entre las regiones.

El sistema periodístico de China se ha adaptado al ritmo del tiempo bajo el sistema de economía planificada, así que surgió un nuevo estilo periodístico. "Temas en focos" es un resultado que nació en el contexto histórico complicado. El programa adoptó un papel importante en este momento. Se convirtió en un instrumento racional del gobierno chino para investigar la verdad sobre ciertos asuntos políticos y controlar los departamentos locales.

3.4.3. Los premios de "Temas en focos"

"Temas en focos" ha logrado un reconocimiento notable. Algunos temas de este programa como "La pena depende de la ley", "El dinero se convierte en agua" "El sueño verde es difícil de alcanzar", "La paz en el desierto se convierte en oasis", "Seguimiento de la verdad oculta en la mina", etc., han causado gran repercusión en la sociedad. En 1999 y 2001, "Temas en focos" logró la primera y la segunda nominación del Premio de Noticias de China. Desde 1994 ha logrado el primer premio del programa excelente de CCTV. En el resultado de la Decimoséptima sesión del Premio de Noticias de China, el 28 de agosto 2010, logró el premio de mejor programa en China. Los jueces creyeron que "Temas en focos" tenía características distintivas, e influencia en los medios de comunicación de China. Como un programa genuino que ha estado funcionando durante más de 10 años, "Temas en focos" no sólo ha mantenido sus características, sino también se ha renovado continuamente, ha ampliado el campo de sus temas, ha perfeccionado el método de expresión y mejorado el efecto de difusión. La medición de audiencias de "Temas en focos" siempre ha estado en el pico superior. Por todo esto, es fácil comprender que se trata de un espacio televisivo con una fuerte influencia en China.

El 26 de septiembre de 2010, en la ceremonia que elogió las actividades forestales, 14 obras de CCTV recibieron los premios de periodismo sobre las preocupaciones del bosque. Cuatro de ellas fueron emitidas por "Temas en focos"

y lograron los primeros premios, y un espacio titulado "La disminución de los pantanos" logró el segundo premio.

3.4.4. Análisis sintético del programa "Temas en focos"

El inicio de "Temas en focos" puede considerarse como el comienzo del gran desarrollo de los programas televisivos de supervisión de opinión pública de China (Liang Jianzeng, 2002: 7). Comparado con otros programas similares de televisión, "Temas en focos" tiene más comentario mayor supervisión de opinión pública. Desde sus inicios, "Temas en focos" siempre ha considerado que la selección de temas es la tarea más importante. Por eso el programa establece claramente los criterios para la selección de los asuntos que va a tratar: si es importante para la opinión pública, si satisface las necesidades de la audiencia, si satisface los intereses fundamentales de las personas y si tiene buenos beneficios sociales (Liang Jianzeng, 2004).

En realidad, "Temas en focos" es una oreja del país para que se promueva la opinión pública como base que permita al partido tomar decisiones políticas. Por lo tanto el planificador del programa debe tener la capacidad de encontrar oportunamente y revelar exactamente los conflictos que deben resolverse en el proceso de desarrollo social y económico. Además, todos los trabajadores del programas deben comprender completamente la política nacional, también se requiere que los problemas planteados durante el proceso de selección tengan que

ser prospectivos, y los casos seleccionados sean paradigmáticos de situaciones trascendentes. En el segundo lugar, "Temas en focos" proporciona el apoyo de la opinión pública para el gobierno central, es decir, es una portavoz del país. En particular, se debe revelar oportunamente los comportamientos que violan el espíritu del partido. En este sentido, "Temas en focos" no sólo necesita recibir la opinión pública, sino también necesita orientar la opinión pública. De acuerdo con los criterios de selección de los temas, "Temas en focos" puede a veces renunciar a algunos asuntos delicados por el efecto sensacionalista que pudieran generar.

Un buen tema generalmente posee varias características, como hechos exclusivos, opiniones exclusivas, análisis exclusivos, fondos exclusivos y personajes exclusivos. Enfrentados a una era de rápido desarrollo de información, estos no son fáciles de lograr. Sin embargo, no hay noticias exclusivas. Aunque lo que importa al programa es lograr una perspectiva exclusiva y comentarios únicos. La forma de investigar y comentar los asuntos es más importante para un programa que defiende la supervisión de opinión pública, también es un factor que no puede ser ignorado para explicar su éxito. Para el mismo tema, si lo comenta en diferentes formas, a menudo conducirá a conclusiones diferentes. Incluso afectará el funcionamiento normal del programa. "Temas en focos" selecciona los temas con los siguientes principios.

1. La selección del tema debe basarse en hechos

"Temas en focos" nunca reporta noticias sin hechos comprobados. El programa ha emitido "Temas en focos" ha emitido muchos reportajes sobre el formalismo que apareció en el proceso de ajustar la estructura industrial de las zonas rurales. Por ejemplo, el gobierno de Anhui obligó a los agricultores a participar en un plan de construir 10.000 mu⁵² de huerta y jardín, plantar 10.000 metros de uva verde, criar 10.000 palomas. Debido a que no cumplió con las cambiantes condiciones del mercado, este plan se ha convertido en un proyecto de queja para los agricultores. "Temas en focos" también informó que el gobierno de Chongqing obligó a los granjeros a destruir cultivos jóvenes y cambiar las plantas de tabaco. Estos dos programas son similares, reflejan que los gobiernos locales ignoran la autonomía operativa de los agricultores e infringe sus derechos mediante órdenes forzadas, lo que agrava la carga para los agricultores. Sin embargo, la forma del tratamiento de estos dos programas de supervisión de medios fue completamente diferente. El incidente en Anhui fue causado por la búsqueda de los llamados logros políticos de los líderes del gobierno local, por lo que el enfoque del programa se basó en la crítica del formalismo del gobierno de Anhui. Y el incidente en Chongqing se debió al comportamiento del gobierno local para aumentar los ingresos fiscales locales e ignorar los intereses de los agricultores, por lo que el enfoque del programa fue de revelar la crueldad y la

⁵² Mu es una medida china que equivale a 1/15 de una hectárea

decisión equivocada del gobierno de Chongqing.

2. El ángulo de la selección del tema debe basarse en la política

La política incluye los principios y regulaciones del partido y del gobierno, también las leyes y disciplinas de propaganda del país. Los programas de supervisión de la opinión pública pueden reflejar fielmente los deseos del partido, del gobierno y de la gente. La política es exactamente la encarnación de la voluntad del partido y del gobierno. En el verano de 2001, se llevó a cabo un importante caso de falsificación en Fujian. Un grupo de falsificadores estableció campamentos militares falsos para producir y vender autos falsos. En este caso, el falso ejército y los falsos cuarteles militares se convirtieron en el centro de atención de algunos medios de comunicación. El periodista de "Temas en focos" creyó que el contexto de este asunto era complicado. Lo enfocó desde una perspectiva política con el título "La corrupción se reproduce bajo el proteccionismo local". El proteccionismo local ya se ha fusionado con la corrupción, y esa es la razón por la cual la falsificación no puede ser suprimida. Para "Temas en focos" la política es una norma formulada para proteger los intereses de la mayoría de las personas y es el "paraguas de protección" más confiable para confirmar la orientación de la opinión pública.

3. El enfoque del tema debe ser adecuado con el interés público y claro

Sobre la base de la plena comprensión informativa de los hechos y de las

políticas, si los medios tienen su propia perspectiva sobre los eventos, entonces el valor social de los informes será aún mayor. A fines de 2000, "Temas en focos" realizó dos ediciones sobre la adulteración del algodón (en Henan, Hebei y otros lugares). Generalmente, los programas sobre falsificaciones informan sobre el impactante proceso de falsificar y revelan la conspiración de los falsificadores. Sin embargo, "Temas en focos" no se detuvo allí cuando se planificó el tema "Seguimiento del algodón falso", y creó un nuevo ángulo para tratarlo. En 1995, "Temas en focos" ya había hecho algunas emisiones sobre la falsificación de algodón. En ese momento, el problema principal era que el mercado del algodón era escaso, lo que causaba que algunos falsificadores violaran la ley. Sin embargo, en 2000, el mercado del algodón tuvo un exceso de oferta, ¿por qué de repente se produjo la adulteración? Esta pregunta llevó a una nueva perspectiva a "Temas en focos". Después de la investigación, se entendió que en 2000 se habían producido nuevos cambios en el mercado: no hay escasez de algodón, pero el algodón nuevo era escaso. Por eso los falsificadores comenzaron a adulterar el algodón nuevo. Las consecuencias fueron nefastas porque, debido a la falsificación del algodón, los costos de operación de las compañías textiles aumentaron dramáticamente. Si la tendencia a la falsificación no se frenaba lo más rápido posible, las empresas textiles del país podrían entrar en una difícil situación. Este fue un evento importante que afectó toda China. Por lo tanto, el programa informó desde está ángulo de las consecuencias peligrosas. Después de

la transmisión de "Seguimiento del algodón falso", la reacción fue fuerte. Los líderes del Consejo Central y Estatal requirieron que los departamentos pertinentes desplegaran urgentemente medidas para llevar a cabo una lucha contra la falsificación en todo el país. Por lo tanto, un enfoque adecuado sobre un tema mejora en gran medida la función de la supervisión de la opinión pública.

4. Concentrarse en los problemas sociales al seleccionar los temas

La corrupción, la burocracia y la codicia son tres realidades de la sociedad china. Respecto a esto, los temas positivos o negativos, siempre que tengan una función positiva para la sociedad por la información suministrada, son el objeto del informe de "Temas en focos". Durante el período de SARS⁵³, los periodistas se arriesgaron a entrevistar en la escena de la epidemia, pero relataron los hechos y los explicaron. Fue un tema informativo muy importante para la orientación de la opinión pública, no solo para conocer bien el problema de salud, sino también para aplicar las medidas necesarias con el fin de evitar la propagación de la enfermedad.

5. Enfocarse en el informe de emergencias al seleccionar temas

Cuando se celebró el décimo aniversario de la "Temas en focos" (2004), se

⁵³ SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*), es una neumonía atípica que apareció por primera vez en noviembre de 2002 en la provincia de Cantón, China. Se propagó a Hong Kong y Vietnam a finales de febrero de 2003, y luego a otros países a través de viajes por medio aéreo o terrestre de personas infectadas. La enfermedad ha tenido una tasa promedio de mortalidad global cercana a un 13%.

comenzó a prestar mayor atención a los temas de emergencias. Los reporteros aparecieron con más frecuencia en el lugar de los desastres o catástrofes como inundaciones, incendios y terremotos. El público no solo quería saber qué estaba sucediendo, sino también quería saber por qué, y quién debería ser responsable. Ante emergencias repentinas e inesperadas, se debe reaccionar con premura y diligencia para informar sobre ellas con la supervisión de opinión pública. Por ejemplo, en 2005, "Temas en focos" informó detalladamente sobre las explosiones en la fábrica petroquímica de Jilin⁵⁴. Aproximadamente a las 13:40 del día 13 de 2005, la fábrica petroquímica de Jilin sufrió una explosión continua debido a un manejo inadecuado de un dispositivo. Hasta el momento de la emisión del programa, cinco personas habían muerto, una estaba desaparecida y se contaban más de 20 heridos. La fábrica petroquímica de Jilin es la mayor base de producción de anilina en China. En el momento de la explosión, había alrededor de cien personas en la fábrica. El periodista vio en la escena que el dispositivo bombardeado estaba seriamente dañado, el olor del benceno también estaba presente y todavía había humo en el área de explosión. Después del incidente, el secretario del Comité del Partido de la ciudad de Jilin, el alcalde de Jilin y el jefe de la fábrica petroquímica, llegaron rápidamente al lugar. En la tarde de la explosión, Wang Yunkun, secretario del Comité del Partido Provincial

⁵⁴ Las explosiones en la fábrica petroquímica de Jilin se produjeron en una fábrica petroquímica de la ciudad de Jilin, en China, el 13 de noviembre de 2005 y que tuvieron como consecuencia una fuga de benceno y de nitrobenceno al río Songhua, un importante afluente del río Amur.

de Jilin, fue al hospital para ver a los heridos y pidió a los trabajadores del hospital que no escatimaran esfuerzos para tratar a los heridos. Al mismo tiempo, los hospitales en la ciudad se prepararon para recibir a las personas con síntomas de envenenamiento por benceno. Después de la emisión del programa, el público supo lo que estaba sucediendo y la causa del accidente y su responsable.

"Temas en focos" tiene ya 24 años. Es inevitable que los temas se repitan. Pero este programa ha logrado un gran éxito por la selección de sus temas, ha conseguido dotarse con características propias, los enfoques para el tratamiento informativo son equitativos y ha alcanzado un grado de madurez en la supervisión de opinión pública. Ha jugado su papel de "supervisión de la opinión pública, portavoces de las masas, espejos del gobierno y líderes de las reformas " durante muchos años. Por eso es un buen modelo para los programas de supervisión de opinión pública de la televisión china.

"Temas en focos" establece un sistema de productores para garantizar el funcionamiento eficiente del programa con velocidad rápida. "El sistema de productores ha desempeñado un buen papel de garantía institucional para lograr su propio objetivo de producción" (Wang Qingchuan, 2001: 27).

Durante la producción del programa, los periodistas no sólo entregan noticias, sino también presentan comentarios en nombre del grupo del programa para el presentador. Li Dongsheng apreció así este trabajo de los periodistas: "Sus

imágenes y sus voces no son elegantes como las de los presentadores profesionales, pero utilizan un enfoque simple y honesto para llegar al pensamiento de la audiencia. Sus lenguajes pueden no ser fluidos, concisos ni estandarizados, pero investigan los hechos como testigos y participantes, describen y analizan hechos y aumentan en gran medida la autenticidad de los informes y la autoridad del comentario" (Li Dongsheng, 1988: 13).

Jiang Zemin señaló en el informe del XVI Congreso Nacional del PCCh (8 de noviembre de 2002) que era preciso Mantener y mejorar el sistema de democracia socialista: "Hay que completar este sistema, enriquecer las formas de la democracia, ampliar la participación ordenada de los ciudadanos en los asuntos políticos y asegurar que el pueblo practique, según la ley, la elección, la toma de decisiones, la administración y la supervisión democráticas, y disfrute de amplios derechos y libertades, y respetar y garantizar los derechos humanos"⁵⁵. Jiang Zemin afirmó la posición de la supervisión de opinión pública en nuestra vida política desde la perspectiva de la política.

"Temas en focos" tiene características distintivas en la supervisión de la opinión pública y se ha convertido en una ventana importante para ver la realidad del mundo. Bajo el principio de la orientación de la opinión pública, el programa logra la supervisión de opinión pública con el poder de los hechos. Al mismo

⁵⁵ El texto íntegro del informe de Jiang Zemin puede encontrarse en: <http://spanish.china.org.cn/spanish/50593.htm>

tiempo, los públicos tienen que participar en la supervisión de opinión pública con su nombre real. De este modo se da el estilo chino a la supervisión de opinión pública.

Las características de "Temas en focos" en la supervisión de la opinión pública también se reflejan en la amplitud de la supervisión. Liang Jianzeng concluyó que "de todos los informes que se han transmitido para la supervisión de opinión pública, el más destacado es el reflejo del abuso de poder, incluidos los privilegios administrativos e industriales, la violación de los derechos de los ciudadanos, la corrupción y el soborno, seguido de fraude, las violaciones de la ley y diversos problemas sociales" (Liang Jianzeng, 2003: 12). Desde la perspectiva de las áreas cubiertas, "Temas en focos" ha cubierto casi todos los aspectos de la vida social. Entre ellas, la industria, el comercio, la agricultura, la silvicultura, la ganadería, la ciencia, la educación, la literatura, las finanzas, todos ellos temas que están estrechamente relacionadas con la vida de las personas. También permite que la audiencia vea los beneficios positivos de la supervisión de la opinión pública y deja la audiencia con la esperanza de la resolución de los problemas. Esta visión se convierte en un criterio importante para medir la eficacia y la efectividad de la supervisión.

El programa "Temas en focos" tiene la característica de la amplitud en la supervisión de la opinión pública. Ya sea por la amplitud del tema o la amplitud

de los campos involucrados, siempre toca los puntos calientes sociales y está estrechamente relacionado con las características de la época. Esto hace que este programa sea enfoque para el público.

Tabla 9. "Temas en Focos": los temas de la supervisión de la opinión pública en abril de 1994.

Elaboración propia

Fecha	Título del programa	Áreas involucradas
03/04/1994	北京郊区——耕地上修建起一座坟 (En los suburbios de Beijing-- Un cementerio fue construido en la tierra cultivable)	Tierra cultivada
04/04/1994	关于杭州“弃婴案”的报道 (Informe sobre "Bebé abandonado" de Hangzhou)	Ética
05/04/1994	游戏机游戏着什么？ (¿Para qué jugar con la máquina de juego?)	Educación infantil
07/04/1994	重针厂破产一年半——对一起企业破产的报道 (Informe sobre quiebra empresarial)	Reforma de la empresa estatal
08/04/1994	价格没谱质量没准——谁来管管服装 (El precio y la calidad El precio y la calidad no cumplen con el estándar-- ¿Quién manejará la ropa?)	Negocios
10/04/1994	金奖的困惑 (Rompecabezas de oro)	Orden economico
11/04/1994	高法严惩沈太福、李效时 (Castigo severo a Shen Taifu y Li Xiaoshi)	Anticorrupción

13/04/1994	海狸鼠——神话与现实的再调查 (Coipo - Investigación de mitos y realidades)	Orden economico
12/04/1994	吹牛皮真的不上税吗? (¿La mentira realmente no está sujeta a impuestos?)	Negocios
15/04/1994	从周峥之死想到的 (Reflexiones sobre la muerte de Zhou Yi)	Educación
16/04/1994	从教不仁（上）(La injusticia de los educadores)	Anticorrupción
17/04/1994	从教不仁（下）(La injusticia de los educadores（	Anticorrupción
21/04/1994	由谁负责——对一起意外事故的追踪调查 (Una investigación de seguimiento de un accidente)	Seguridad social
22/04/1994	公民与纳税（Ciudadanos e impuestos）	El estado de derecho
23/04/1994	回家的路有多长——对流浪儿童的追踪采访（上）(¿Cuánto metros hay en el camino a casa?-- Seguimiento de entrevistas con niños de la calle)	Protección de los niños
24/04/1994	回家的路有多长 -对流浪儿童的追踪采访（下）(¿Cuánto metros hay en el camino a casa?-- Seguimiento de entrevistas con niños de la calle))	Protección de los niños
30/04/1994	科学投资才有效益(La inversión científica puede ser efectiva)	La economía

De la tabla anterior, se puede ver que en el primer mes de emisión de "Temas en focos", la supervisión de la opinión pública involucró muchos aspectos de la vida social como la industria, educación, áreas rurales, comercio, niños y jóvenes, anticorrupción, seguridad social y violaciones de leyes y disciplinas.

Tabla 10. "Temas en focos": la distribución del tema de la supervisión de la opinión pública en agosto de 1995. Elaboración propia

Fecha	Título del programa	Áreas involucradas
01/08/1995	难圆“绿色梦”(Es muy difícil realizar el “sueño verde”)	Protección del medio ambiente

04/08/1995	存一取二竟有人信 (Hay alguien que lo crea)	Fraude económico
09/08/1995	失去坐标的地 (Mapa con coordenadas perdidas)	Mapeo
10/08/1995	篱笆扎牢硕鼠难逃 (La cerca se pega firmemente, y las ratas no pueden escapar)	Anticorrupción
20/08/1995	好大胆的贼 (Un audaz ladrón)	Pérdida de activos estatales
22/08/1995	贫困乡的暴发户(Nuevo rico de municipio pobre)	Anticorrupción
24/08/1995	耳朵别往歪里长 (Las orejas no crecen)	Seguridad nacional
25/08/1995	“打假”没商量 (Nadie puede hacer la falsificación)	Falsificación
27/08/1995	洋垃圾也敢进口 (La basura extranjera también se atreve a importar)	Respetuoso del medio ambiente
28/08/1995	文明效益(Beneficios civilizados)	Civilización espiritual

En los programas de agosto de 1995, el fraude económico, la protección del medio ambiente, la falsificación, la pérdida de activos estatales se convirtieron en el contenido principal de "temas en focos".

Tabla 11. La distribución del tema de la supervisión de la opinión pública en enero de 1998.
Elaboración propia

Fecha	Título del programa	Áreas involucradas
06/01/1998	如此普查焉能防癌 (Prevenir el cáncer)	Medicina y salud
07/01/1998	真假两本账 (Dos libros de contabilidad: uno es verdadero y otro es falso)	Impuestos
11/01/1998	错案出现之后 (Después de que apareció el caso incorrecto)	El estado de derecho
12/01/1998	一人荒唐千人遭殃 (Una persona absurda produce el desastre de mil personas)	Industria
13/01/1998	冲击法院法不容 (El impacto de la ley judicial no es tolerable)	El estado de derecho
15/01/1998	假“海马”露马脚 (Hipocampos han expuesto)	Contrabando
16/01/1998	药品回扣坑了谁(Quién se ha enfrentado a la devolución de medicamentos)	Medicina y salud

17/01/1998	商品房不能“缺斤短两” (La vivienda comercial no puede ser maliciosa)	Vivienda
18/01/1998	淮河:零点行动之后 (Río Huaihe: después de la acción a las 0:00)	Protección del medio ambiente
19/01/1998	来自黑土地的声音 (Sonido de tierra negra)	Carga campesina
22/01/1998	五十万注册资金的来历 (El origen de 500000 de capital registrado)	Auditoría
24/01/1998	荒唐的交易 (Transacciones absurdas)	Negocios

De la tabla anterior pueden deducirse los problemas existentes en el proceso de aplicación de los departamentos administrativos nacionales, como los departamentos de la industria y el comercio, los impuestos y la auditoría, son el centro de la supervisión de la opinión pública. Además, la vivienda y los aspectos médicos que conciernen a las vidas e intereses vitales de las personas también son las áreas clave para la distribución de los temas de la opinión pública.

Tabla 12. La distribución del tema de la supervisión de la opinión pública en mayo de 2001.
Elaboración propia.

Fecha	Título del programa	Áreas involucradas
07/05/2001	疑难案的突破 (Avance en el caso difícil)	Corrupción judicial
08/05/2001	电线屡被盗销赃有市场 (Los cables han sido robados y agotados)	Orden de mercado
09/05/2001	疯狂骗税国法不容 (La ley no permite el fraude)	Orden de mercado
12/05/2001	单位犯罪坑害国家 (Crímenes de unidad en el país)	Orden de mercado
13/05/2001	掺“水”的仓储粮——整顿市场、严格执法 (Reorganizar el mercado y hacer cumplir estrictamente la ley)	Orden de mercado
14/05/2001	违法收缴违民心 (Incautación ilegal, viola los derechos de personas)	Cargos arbitrarios
15/05/2001	负重的农舍 (Granja con sobrepeso)	Cargos arbitrarios
17/05/2001	作恶多端终自毙 (Las personas que hacen cosas malas tendrán su merecido)	Sistema legal

18/05/2001	架起电线点油灯 (Levanta el cable)	Electricidad
22/05/2001	如此改种要不得 (No es necesario cambiar cultivos)	Agricultura
24/05/2001	放贷巧算计农民苦难堪 (Los préstamos se pueden conducir la miseria de los campesinos)	Agricultura
26/05/2001	账面弄虚作假国资流向谁家 (El libro de contabilidad se falsifica y dónde van los activos del estado)	Corrupción: pérdida de activos estatales
28/05/2001	老路建起了收费站 (Una estación de peaje se construyó en un viejo camino)	Cargos administrativos arbitrarios
30/05/2001	验收单上长森林 (El bosque nace en el recibo)	Política forestal

En 2001, con el fin de coordinarse con el gobierno central para estandarizar el orden económico de mercado, "Temas en focos" emitió una serie de programas relacionados con el tema de manera específica y sistemática en mayo. La corrupción en los departamentos de seguridad pública, departamentos de fiscalía y tribunales siempre ha sido el foco de "temas en focos".

Tabla 13. Los temas del programa en julio de 2014. Elaboración propia.

Fecha	Título del programa	Áreas involucradas
01/07/2014	足球场上的成长 (Crecimiento en el campo de fútbol)	Educación
02/07/2014	又一季丰收粮 (Otra cosecha de temporada de alimentos)	Zonas rurales
03/07/2014	建立现代财政制度顿市场、严格执法 (二) (Establecer un sistema financiero moderno)	Política nacional
05/07/2014	中韩关系新的里程碑 (Nuevo hito en las relaciones entre China y Corea)	Relaciones internacionales
06/07/2014	克拉玛依的“石油巴郎”场、严格执法 (五) ("Oil Balang" de Karamay)	Minorías
07/07/2014	编外雷锋团 (Grupo de Lei Feng)	Civilización espiritual
08/07/2014	如此拍马真不该 (Tal adulación)	Corrupción
09/07/2014	高考加分之惑 (Puntos extra de examen de ingreso a la universidad)	Educación

10/07/2014	痛在身，伤在心 (Dolor en el cuerpo, herido en el corazón)	Educación
11/07/2014	编好制度的牢笼 (Preparar jaulas institucionales)	Civilización espiritual
12/07/2014	有人修路无人安灯整顿市场、严格执法（六） (Alguien construye una carretera, pero nadie instala la luz)	Corrupción
13/07/2014	添油加醋的“毒肉串” (Pinchos de carne venenosa)	Orden del mercado
14/07/2014	毕节：脱贫之路 (Bijie: El camino hacia el alivio de la pobreza)	Zonas rurales
15/07/2014	乱扔烟头 丢了什么 (Tirar colillas de cigarrillos)	Orden social
16/07/2014	被打护士又“被”自杀 (La enfermera que fue golpeada fue suicida)	Sistema legal
17/07/2014	金砖国家再添“金”色 (Los países BRIC agregan color "dorado")	Relaciones internacionales
18/07/2014	马航客机在乌克兰坠毁 (Avión de Malaysia Airlines se pierde en Ucrania)	Noticias extranjeras
19/07/2014	各执一词 坠机迷局 (El misterio del avión de Malaysia Airlines perdido en Ucrania)	Noticias extranjeras
20/07/2014	抗击台风“威马逊” (场、严格执法（五）(Combate de tifón "Weimasun")	Desastre natural
21/07/2014	重返南疆的广东女孩 (Niñas cantonesas regresan al sur de Xinjiang)	Civilización espiritual
22/07/2014	识心理 防陷阱(Conocer la ley para evitar las trampas)	Sistema legal
23/07/2014	台湾客机澎湖失事 (Accidente de Avión de Taiwán en Penghu)	Noticia de Taiwan
24/07/2014	谣言之“灾” (El “desastre” de los rumores)	Sistema legal
25/07/2014	“顶包”之罪 (El crimen de "Ding Bao")	Sistema legal
26/07/2014	阿航客机坠落马里 (Avión de Emiratos se cayó en Malí)	Noticias extranjeras
27/07/2014	稳中有进 亮点频现 (Buscar el desarrollo en la estabilidad)	Civilización espiritual
28/07/2014	别给交通添堵 (No detenga el tráfico)	Transporte
29/07/2014	B超“神探”贾立群 (“Detective” de Ultrasonido médico, Jia Liqun)	Civilización espiritual

30/07/2014	户口不再分城乡 (El registro de familia ya no está dividido en áreas urbanas y rurales)	Política nacional
------------	---	-------------------

Como se puede verse en la tabla anterior, el enfoque de los programas en 2014 prestó más atención a los informes de noticias extranjeras y la civilización espiritual. Del análisis anterior, se puede ver que cuando "Temas en focos" comenzó a transmitirse, su tema involucró una amplia gama de campos. Más tarde, comenzó a enfocarse en los problemas existentes dentro de la sociedad. Luego con el desarrollo de la economía, las personas tienen más y más oportunidades de llegar al mundo exterior, y cada vez tienen más demandas en el nivel espiritual. Así que esta fase del enfoque se ha centrado en informar sobre la cooperación sino-extranjera (las relaciones internacionales) y algunos eventos extranjeros importantes. Sin embargo, la supervisión de opinión pública se está reduciendo. Generalmente el enfoque de "Temas en focos" está cambiando con el tiempo y el desarrollo social, y se adapta constantemente a la sociedad.

Tabla 14: Distribución geográfica de los espacios informativos de la supervisión de la opinión pública del programa "Temas en focos" entre 1994-2014. Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el sitio web del programa (<http://tv.cctv.com/lm/jdft/index.shtml>)

Provincia	1994	1998	2000	2007	2014	Total
北京 (Beijing)	31	7	5	5	12	60
安徽 (An Hui)	4	4	8	6	5	27
福建 (Fu Jian)	4	4	6	9	4	27
广东 (Guang Dong)	6	15	15	13	12	61
贵州 (Gui zhou)	1	2	3	1	5	12
海南 (Hai Nan)	2	2	2	2	2	10
河北 (He Bei)	4	10	10	7	6	37
河南 (He Nan)	5	9	7	4	8	33

江西 (Jiang Xi)	0	5	7	2	9	23
天津 (Tian Xing)	0	3	1	2	4	10
黑龙江 (Hei Longjiang)	2	8	4	3	10	27
湖北 (Hu Bei)	7	12	3	5	7	34
湖南 (Hu Nan)	8	9	9	7	9	42
吉林 (Ji Lin)	1	4	3	4	5	17
江苏 (Jiang Su)	2	10	3	2	3	20
辽宁 (Liao Ning)	3	6	3	3	4	19
山东 (Shan Dong)	3	6	4	4	6	23
山西 (Jiang Xi)	4	3	5	4	7	23
内蒙古 (Nei Menggu)	0	0	0	4	4	8
青海 (Qing Hai)	0	0	1	1	2	4
新疆 (Xin Jiang)	0	1	0	0	3	4
陕西 (Shan Xi)	5	5	7	1	9	27
上海 (Shang Hai)	3	5	3	3	6	20
四川 (Si Chuan)	4	5	7	7	10	33
云南 (Yun Nan)	1	5	3	2	7	18
浙江 (Zhe Jiang)	3	9	12	5	10	39
重庆 (Chong Qing)	1	2	2	0	8	13
甘肃 (Gan Su)	0	0	4	6	8	18
广西 (Guang Xi)	0	5	7	6	9	27

Según la tabla anterior, las principales provincias sujetas a la supervisión de la opinión pública son Guangdong, Hubei, Hunan, Hebei, Henan, Shanxi, Jiangsu, Zhejiang, Sichuan y Anhui, etc. Beijing ocupa el segundo lugar, lo que está relacionado con la reunión de numerosas agencias gubernamentales de Beijing para brindar conveniencia a los reporteros. La provincia de Guangdong (Cantón) está a la vanguardia de la reforma económica y surgieron en ella varios problemas en el período de transformación social. Además en Guangdong hay

abundantes informaciones sobre la supervisión de opinión pública. Por lo tanto, Guangdong se ha convertido en la provincia más afectada por las informaciones de "Temas en focos". Las provincias como Hubei, Hunan, Hebei y Henan tienen un transporte conveniente y tienen una fuerte conciencia pública sobre la democracia y el estado de derecho. Pueden identificar los problemas de manera oportuna y sensible. Por ello, proporcionan activamente información para "Temas en focos". Algunas provincias del oeste de China, como Qinghai, Xinjiang, Ningxia, etc., con un menor desarrollo y una conciencia pública del proceso democratizador relativamente débil proporcionan menos emisiones de momento.

3.4.5. Conclusiones parciales: problemas y aciertos del programa "Temas en focos"

3.4.5.1. Los problemas de "Temas en focos"

A través del análisis sintético, podemos deducir algunos problemas del programa "Temas en focos" que pueden influir en su desarrollo

1. El envejecimiento del espacio informativo

"Temas en focos" lleva 19 años en antena y su renovación resulta difícil. Existe una reiteración de temas casi inevitable y no hay renovación del formato.

Los espectadores están creciendo y cambiando constantemente. Por un lado, durante 19 años, los costumbres y los gustos de los espectadores han cambiando mucho, como ha cambiado la vida en China. Es necesario ajustar la conformación del programa constantemente según las necesidades de los telespectadores, e innovar constantemente.

2. El problema de la calidad del reportaje:

La información es muy importante en el programa "Temas en focos". Este programa tiene su propia manera para tratarla y demuestra su propósito de supervisión por la opinión pública. Sin embargo, durante el proceso de funcionamiento, todavía hay algún aspecto que se necesita corregir y mejorar, como los siguientes:

- a) Algunos reportajes carecen de profundidad.
- b) Algunos reportajes carecen de informaciones y datos más completos.
- c) Algunos reportajes no se ajustan a la realidad.

Desde su inicio en 1994, "Temas en focos" ha sido un programa de monitoreo de la opinión pública que tiene un impacto significativo y que impulsa el desarrollo de los programas noticieros de la opinión pública en todo el país. Sin embargo, el enfoque de "Temas en focos" en los últimos años ha sido cada vez más limitado, y existe un conflicto entre la elección del tema y las expectativas de la audiencia.

En este sentido, "Temas en focos" se revisó en 2013 para fortalecer la profundidad de los informes, aumentar la proporción de programas dedicados a los problemas sociales, aumentar el tiempo de transmisión y la cantidad de temas seleccionados para cada edición. A principios de diciembre de 2012, el comité editorial de CCTV adoptó formalmente el plan de revisión de la "Temas en focos": "El tiempo de transmisión del programa aumentó en cinco minutos, de los 13 minutos anteriores a 17 minutos. El tema se incrementó de uno a dos en cada edición, y se agregaron dos comentaristas, Bai Yansong y Yang Lan" (Zhao, 2017: web). En ese momento, "Focus Interview" se emitió durante casi 19 años. Esta fue la primera revisión importante en 19 años. Aunque el programa ha sido revisado, todavía carece la profundidad, y algunos informes también muestran información incompleta. Al mismo tiempo, esto también demuestra que existe un problema de falta de información en las entrevistas focales, lo que significa que la información recopilada por los periodistas no es lo suficientemente exhaustiva.

La extensión del tiempo original del programa puede brindar una oportunidad favorable para la presentación de informes en profundidad. Sin embargo, se presta atención a dos o más temas en una edición y puede diluir fácilmente el posicionamiento del programa. Por eso debilita la fuerza de la supervisión de la opinión pública.

En la actualidad, muchos programas exageran deliberadamente los hechos del informe, y algunos incluso hacen las noticias por su cuenta con el fin aumentar de la medición de audiencia. La autenticidad del informe "Temas en focos " también ha sido cuestionada. Por ejemplo: el 18 de junio de 2009, dos programas importante de CCTV, "Xinwen Lianbo" y "Temas en focos", transmitieron sucesivamente noticias que exponían una gran cantidad de información obscena y vulgar en Google de China. Cuando el programa "Temas en focos" se emitió durante aproximadamente 7 minutos y 46 segundos, hubo una entrevista con un estudiante universitario llamado Gao Ye. Este estudiante universitario declaró que la información pornográfica de Google de China había afectado negativamente a los compañeros de clase, pero luego algunos internautas descubrieron que el estudiante universitario trabajó en "Temas en focos". Pronto la audiencia supo la verdad, y se decepcionó por las informaciones falsas del programa y porque el programa entrevistaba su propio trabajador para crear la opinión pública. Aunque "Temas en focos" aclaró que Gao Ye era sólo un pasante y que no era un empleado formal del programa, la credibilidad se resintió.

Existe en China una creencia respecto a este tipo de programas que no ayuda a su debido desarrollo como es que su función sea la de resolver los problemas de la gente. "Temas en focos" es un programa de supervisión de la opinión pública pero no es una agencia del gobierno. Para atraer más espectadores, algunas

noticias se exageran. Esta es una cuestión que necesita una revisión urgente para evitar actuaciones de imagen un tanto fraudulentas para los telespectadores.

3. La rivalidad como estrategia

CCTV ha fundado programas informativos, como "La investigación de noticias", "Las noticias de 30 minutos", Los reportajes de la noche", etc. Estos programas son más novedosos que "Temas en focos" y la propia cadena ha establecido un sistema de rivalidad como estrategia que beneficie al canal.

Los nuevos programas imitan a "Temas en focos" en contenidos, estilos y selección de noticias. Existen muchas semejanzas entre los programas locales y "Temas en focos". Estos programas locales arrebatan una parte de espectadores.

Las necesidades de los espectadores están aumentando con el desarrollo de la sociedad y Internet. La red y las aplicaciones móviles han cambiado totalmente la forma de obtener información, sobre todo de los jóvenes, por lo que la televisión como medio está perdiendo espectadores. Y los chinos tienen ya acceso a muchos programas de televisión extranjeros, por lo que la competencia tiende a ser global. Todos estos impactos pueden resultar graves para un espacio ya antiguo como "Temas en focos".

4. La dificultad en la búsqueda de noticia

"Temas en focos" es un programa nacional y simbólico y tiene el apoyo del partido y del gobierno. Este apoyo le impide emitir noticias negativas sobre altos funcionarios porque son ellos precisamente quienes controlan el programa. Esto supone una restricción que se critica socialmente y más cuando "Temas en focos" utiliza cámaras ocultas" como método de investigación en algunos de sus reportajes, aunque nunca a altos funcionarios.

3.4.5.2. Causas del éxito de "Temas en focos"

1. La ayuda de CCTV

CCTV (Televisión Central de China) es el canal de televisión más potente en China. Es un organismo importante de opinión pública, es una ventana del partido, del gobierno y del público para expresarse. CCTV es el grupo público de televisión en la República Popular de China y una de las mayores empresas de comunicación en Asia. La empresa depende directamente del Consejo de Estado de la República Popular China⁵⁶. Es indudable que este factor es positivo en su éxito. Además, también por esta causa, "Temas en focos" tiene un nivel muy avanzado en la calidad de equipos técnicos e instalaciones.

2. El apoyo del partido central y gobierno

⁵⁶ La Embajada de España en China, «Medios de comunicación en China», también informa sobre ello: http://www.embassyofspain.cn/cn/informacion_y_prensa/MEDIOS_DE_COMUNICACION_EN_CHINA.html

Una parte del programa "Temas en focos" ejerce un papel importante en la orientación del trabajo del gobierno. Por eso obtiene el apoyo del Partido central y del propio gobierno. Realmente, este programa es un medio de comunicación de televisión nacional que se utiliza por el partido central y por el gobierno para informar sus principios políticos y coordinar sus tareas.

3. El horario de emisión

El horario de "Temas en focos" es 19:38 --19:51. Esa franja horaria se considera de máxima audiencia.

4. La participación ciudadana

A los espectadores les gusta participar en el programa para que representen sus derechos democráticos. "Temas en focos" es un programa de supervisión de opinión pública que necesita las opiniones de los pueblos. Muchos espectadores participan positivamente al modo de una especie de "periodismo ciudadano". Cuando ellos encuentran algunas informaciones, contactan con "Temas en focos" por Wechat, teléfonos, MSN, etc.

6. La alta cualificación de los trabajadores

La prosperidad de "Temas en focos" y la capacidad y esfuerzo de los trabajadores son inseparables. Este equipo posee conciencia de responsabilidad social, la habilidad de controlar la política y la técnica de elaboración de programa. Son, en

general, excelentes profesionales, avezados y, sin duda, ello es causa del éxito del programa.

7. La revelación verdades

El objetivo de "Temas en focos" es "habla con la verdad", lo que atrae mucho espectador. La estructura del programa se basa en la investigación de casos puntuales que, casi siempre, tienen un alto interés humano y social, como hemos visto. "Temas en focos" satisface de este modo a las audiencias.

3.5. Los problemas de los programas de supervisión de opinión pública

Después del análisis de los tres programas de supervisión pública: "Noticias 1+1", "La investigación de noticias" y "Temas en focos", podemos concluir que, en conjunto, presentan ciertos problemas difíciles de resolver.

Los programas de supervisión de opinión pública han madurado poco a poco, y gozan de credibilidad para los grupos sociales. Sin embargo, los conflictos sociales son muy complejos lo que provoca que los enfoques de la investigaciones e estos programas de supervisión pública sean en muchas ocasiones discutibles o incluso insatisfactorios para las audiencias. Las razones que explican los principales problemas de estos programas de supervisión pública y que pueden también hacerse extensibles a la actividad del periodismo en general son las siguientes:

- Los medios de comunicación reflejan escasamente las demandas de los públicos, especialmente les ofrecen poca oportunidad y foro para participar en la política nacional.
- Las decisiones del país no están abiertas completamente.
- En lo relativo a las decisiones del gobierno, los medios de comunicación nunca debaten sus inconvenientes.
- No supervisan ni critican activamente los trabajos de los líderes del gobierno.

Todos estos problemas reflejan que todavía no se ha conseguido en China que la supervisión pública sea una fortaleza del pueblo. En 1998, el Instituto de Investigación de Opinión Pública de la Universidad Renmin de China ha llevado a cabo otra encuesta sobre la supervisión de opinión pública, llamada “Tendencia de la reforma de periodismo”. El resultado también fue alarmante: solamente el 10% de los encuestados manifestó estar satisfecho con el trabajo de los medios de comunicación. El 98% de los encuestados opinó que la intensidad, la amplitud y la profundidad de la supervisión de opinión pública debía aumentar y protegerse.

CAPÍTULO IV. La encuesta sobre los programas de supervisión de opinión pública

4.1. El objetivo de la encuesta

Desde la Reforma Económica China⁵⁷, la función de supervisión de la opinión pública de los medios de comunicación ha aumentado gradualmente. La supervisión de la opinión pública desempeña un papel activo en el avance de la democratización social, la lucha contra la corrupción, la promoción de la honestidad y la promoción del desarrollo del país. Por lo tanto el partido y los líderes estatales le prestan gran atención a la supervisión de opinión pública de los medios de comunicación.

Aunque ya hay muchos programas de supervisión de opinión pública, todavía hay mucho margen de mejora en términos de desarrollo económico y progreso democrático en relación con las demandas de las personas.

Para la investigación de esta tesis, la autora ha realizado una encuesta como muestra de la valoración de las audiencias de cuatro ciudades representativas en China. El objetivo principal de esta encuesta es comprender completamente las

⁵⁷ La Reforma Económica de China fue un programa de cambios en el sistema económico del país que se inició en diciembre de 1978 por los reformistas dentro del Partido Comunista de China (CPC) y dirigida por Deng Xiaoping. La meta de la reforma económica china era transformar a la economía planificada de China en una economía de mercado.

preferencias de las audiencias de diferentes géneros, diferentes regiones y diferentes cualificaciones de formación académica con el fin de recoger sus ideas y opiniones y descubrir los problemas existentes en los programas de supervisión de la opinión pública.

La autora realizó el cuestionario, el muestreo, la tabulación y el análisis de los datos. En los cuestionarios no se utilizan preguntas de opción múltiple, sino preguntas de respuesta simple y breve para facilitar esta función de respuesta y también la de interpretación.

4.2. Alcance y método de la encuesta

La encuesta utilizó el método de muestreo estratificado y el método de muestreo aleatorio simple. Las 4 ciudades seleccionadas, Beijing, Shanghai, Kunming y Zunyi (provincia de Guizhou) son representativas de las áreas ricas y pobres como áreas objetivo de la encuesta, y luego se distribuyó el cuestionario. En la implementación de la encuesta, no hay límite de edad, sexo y nivel de educación, y toda la distribución fue aleatoria con el fin de obtener datos cognitivos y representativos sobre los programas de supervisión de la opinión pública a audiencias en diferentes regiones, diferentes estratos, diferentes edades y diferente género en todo el país. A lo largo del proceso de la investigación, la autora no se involucró personalmente en el proceso de distribución directa en las ciudades de Beijing, Shanghai y Kunming. Envío los cuestionarios a amigos y

conocidos residentes en las tres ciudades para que difundieran los cuestionarios rápidamente. Recuperó los cuestionarios cumplimentados a los dos meses. En la encuesta de Zunyi, la autora y un grupo de estudiantes distribuyeron cuestionarios aleatoriamente a los transeúntes en la calle, los cuales la completaron in situ. Todo el proceso de la encuesta comenzó en febrero de 2015 y finalizó en abril de 2015. De un total de 3500 encuestas enviadas, se computaron 3329, cifra que corresponde a la cantidad de cuestionarios devueltos, lo que representa un 96%.

Una vez que se completó el cuestionario, la autora comenzó a analizar los datos. Como todos los cuestionarios usaban cuestionarios en papel en lugar de cuestionarios electrónicos, tardó mucho tiempo el trabajo de tabulación, ordenamiento, análisis e interpretación de los datos, 8 meses. Dado que todas las preguntas del cuestionario son preguntas de respuesta breve, no se pudo utilizar el software de datos analíticos profesionales, como SPSS, ya que este software de análisis de datos no puede resumir las preguntas abiertas. El método de interpretación de la encuesta es, por tanto cualitativo. Para el análisis de los datos cuantificables, la autora utilizó la herramienta Excel.

4.3. Las preguntas de la encuesta

La encuesta realizada se basaba en 6 preguntas abiertas y de fácil respuesta con el fin de obtener las máximas respuestas posibles y de facilitar las respuestas de los encuestados. Fueron las siguientes:

1. Sexo
2. Edad
3. Nivel de estudios
4. Ciudad de residencia
5. ¿Le gustan los programas de supervisión de opinión pública de China? Por favor, argumente brevemente la razón en caso afirmativo o negativo.
6. ¿Tiene alguna propuesta para mejorar los programas de supervisión de opinión pública de China? Por favor, expóngala brevemente.

4.4. Resultados según el sexo

Entre los encuestados, el número de mujeres participantes es 1577 y el de hombres es 1752. La diferencia es apenas significativa.

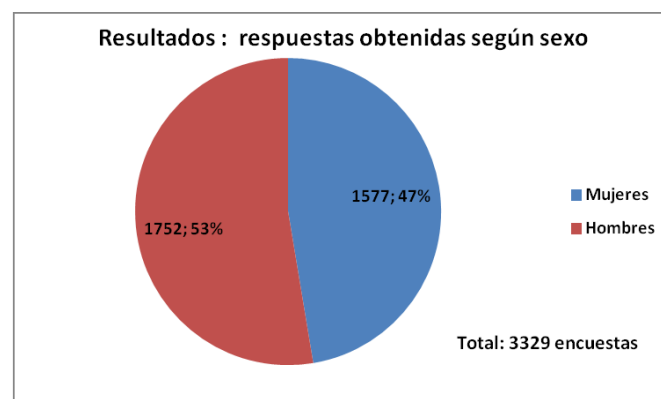


Gráfico 1. Número de encuestas válidas y su distribución por sexos. Elaboración propia.

La diferencia significativa se da en el resultado de la respuesta a la pregunta número 5: "¿Le gustan los programas de supervisión de opinión pública de China? Por favor, argumente brevemente la razón". De las 1348 personas que respondieron a esta pregunta, a 1021 hombres (30,66%) y a 327 mujeres (9,82%) les gustan los programas informativos de supervisión de opinión pública. Las personas que respondieron negativamente a esta pregunta fueron 1981 (59, 51%).

La cantidad de mujeres que respondieron afirmativamente es alrededor de un tercio de los hombres que también lo hicieron. Estos resultados obligan a una reflexión analítica sobre la llamativa diferencia entre sexos. En primer lugar, en sus razonamientos muchas mujeres explicaron en el cuestionario que ellas prefieren los espectáculo de variedades, y creen que los programas informativos de supervisión de opinión pública son más aburridos. En segundo lugar, la mayoría de las mujeres prestan más tiempo y energía en sus familias porque la influencia de la cultura tradicional china y dicen no tener tiempo para ver la televisión. Desde la antigüedad, China es un país con una cultura claramente patriarcal. En las familias se presta mucha más atención y esfuerzos a la educación de los varones para la consecución de logros en la vida social y profesional. Por tanto, la diferencia educacional en China entre hombres y mujeres no es igualitaria. La mayoría de mujeres, aunque trabajen deben prestar atención a sus familias e hijos. Por esta razón, la política y las cuestiones sociales

son temas que interesan más a los hombres, por lo tanto, ellos prestan más atención a los programas informativos de supervisión de opinión pública.

La tasa de alfabetización en China⁵⁸ (mayores de 15 años que pueden leer y escribir) es de 96.4 y ocupa el lugar 58 en un total de 162 países (por comparar, en España la tasa es 98.3 y ocupa el lugar 41). La población de China actualmente (2018) es de alrededor de 1.400.millones de personas. La población masculina actual es el 51,9% y la femenina 48,1%. Estos datos pueden encontrarse en la web de la Central Intelligence Agency (Estados Unidos)⁵⁹.

Tabla 15. Desarrollo de la Tasa de alfabetización en China por años. Fuente: Index Mundi⁶⁰
(<https://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ch&v=39&l=e>)

Años	1995	2000	2002	2003	2007	2008	2010	2015
China	81,5	90,9	90,9	86	92,2	92,2	95,1	96,4

⁵⁸ De 1984 a 2004, China ganó varios premios de la UNESCO, entre los que destacan el “Premio de Alfabetización Noma”, el Premio “Nedezhka K. Krupskaya”, el “Premio de Alfabetización de la Asociación Internacional de Lectura”, el “Premio Rey Sejong de Alfabetización” y el “Premio Internacional de Alfabetización”. El distrito Bazhong de la provincia Sichuan, el distrito Wulian de la provincia Shandong, el distrito Xiping de la provincia Henan, el municipio Tianshui de la provincia Gansu, la provincia Qinghai y la Federación Nacional de Mujeres de China han logrado premios internacionales por el programa de la alfabetización. Fuente: China Hoy, en:

(http://www.chinatoday.mx/esp/sample1/content/2011-09/20/content_391590.htm)

⁵⁹ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2103.html>

⁶⁰ IndexMundi contiene estadísticas detalladas de países, gráficos y mapas compilados de múltiples fuentes. Puede explorar y analizar miles de indicadores organizados por región, país, tema, sector industrial y tipo.

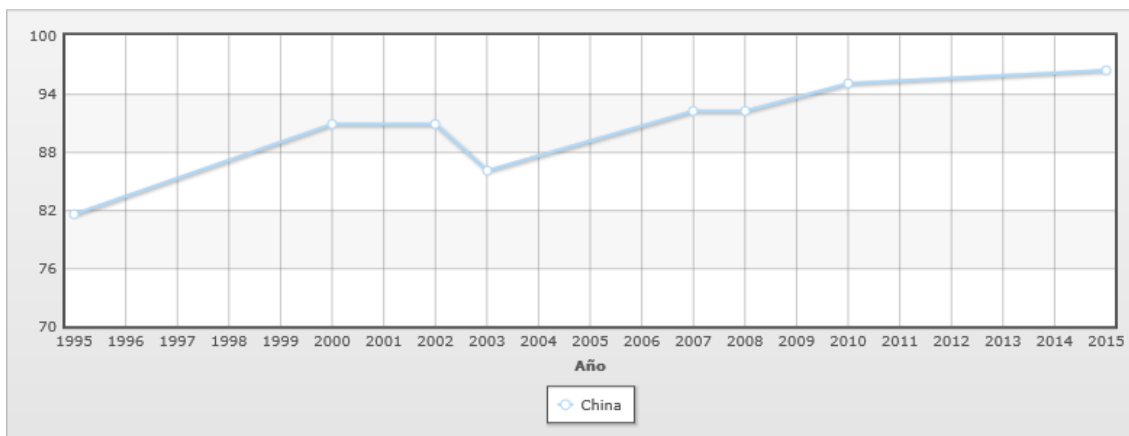


Imagen 12: gráfico de la evolución de la tasa de alfabetización en China. Fuente: Index Mundi (<https://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ch&v=39&l=e>)

El 17 de marzo del 2006, la red China.com.cn publicó un artículo titulado “Situación educativa de las mujeres de China”⁶¹ en el que se daban los datos sobre los niveles de educación en China. Según este artículo, el analfabetismo femenino es del 70% y el 30% es masculino. El analfabetismo es la condición más extrema, pero es un dato para entender que la diferencia de estos porcentajes muestran la cultura patriarcal antes mencionada, así como que el acceso a la educación es más fácil para los hombres. En China, actualmente las niñas gozan del mismo derecho a la educación que los niños. La eliminación de la desigualdad de la educación primaria y media en cuanto a sexo y la protección prioritaria del derecho de la mujer a la igualdad en la educación básica es una de las seis metas establecidas en 2000 por el *Marco de Acción de Dakar* (UNESCO⁶²) y que el gobierno chino está cumpliendo con esfuerzo. Sin embargo,

⁶¹ http://www.china.com.cn/zhuanti2005/txt/2006-03/17/content_6156231.htm

⁶² El Marco de Acción de Dakar se acordó en el Foro Mundial sobre la Educación (Dakar, Senegal del 26 al 28 de Abril de 2000). El documento completo está disponible en:

la diferencia educacional en poblaciones adultas es importante todavía, lo que puede explicar que a muchas mujeres no les atraigan los programas informativos de supervisión de opinión pública debido a que a ellas les cuesta más entender los antecedentes, los significados y las importancias de este tipo de programas. Por último, generalmente los informes de los programas informativos de supervisión de opinión pública raras veces se refieren a las mujeres, lo que provoca aún mayor desinterés en ellas.

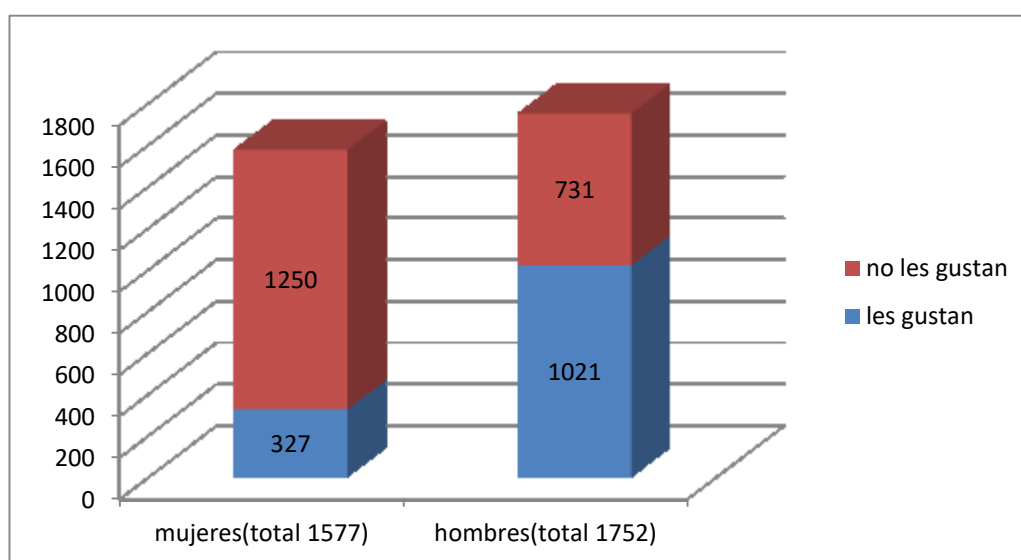


Gráfico 3. Preferencia de hombres y mujeres por los programas informativos

4.5. Los grupos por edad

De acuerdo con los datos del sexto censo nacional⁶³, la población total registrada en el censo es 1.339.772. 842, lo que supone un aumento de 73,9 millones más que el quinto censo nacional en 2000, lo que presenta un aumento del 5,84%, y el crecimiento promedio anual es de 0.57%, que es 0.5 puntos porcentuales más baja que la tasa de crecimiento anual promedio de 1.07% de 1990 a 2000. Los datos muestran que el crecimiento de la población de China ha estado en una baja de tasa de fertilidad durante diez años. En este censo, la población de 0-14 años representó 16.60%, 6.29 puntos porcentuales más bajo que el censo de 2000. La población de 60 años y más representó 13.26%, 2.93 puntos porcentuales más que el censo de 2000, de los cuales la población de 65 años y más representaba 8.87%, un aumento de 1.91 puntos porcentuales sobre el censo de 2000. El cambio en la estructura de edad de la población china muestra que con el rápido desarrollo de la economía y la sociedad china, el nivel de vida de las personas y la gran mejora de la atención médica, la tasa de fertilidad se ha mantenido en un nivel bajo y el proceso de envejecimiento se ha acelerado gradualmente.

Se seleccionan 3329 encuestados para realizar esta investigación, entre ellos, 26 encuestados tienen menos de 10 años; 257 tienen de 10 a 19 años; 263 tienen de

⁶³ Disponible en:

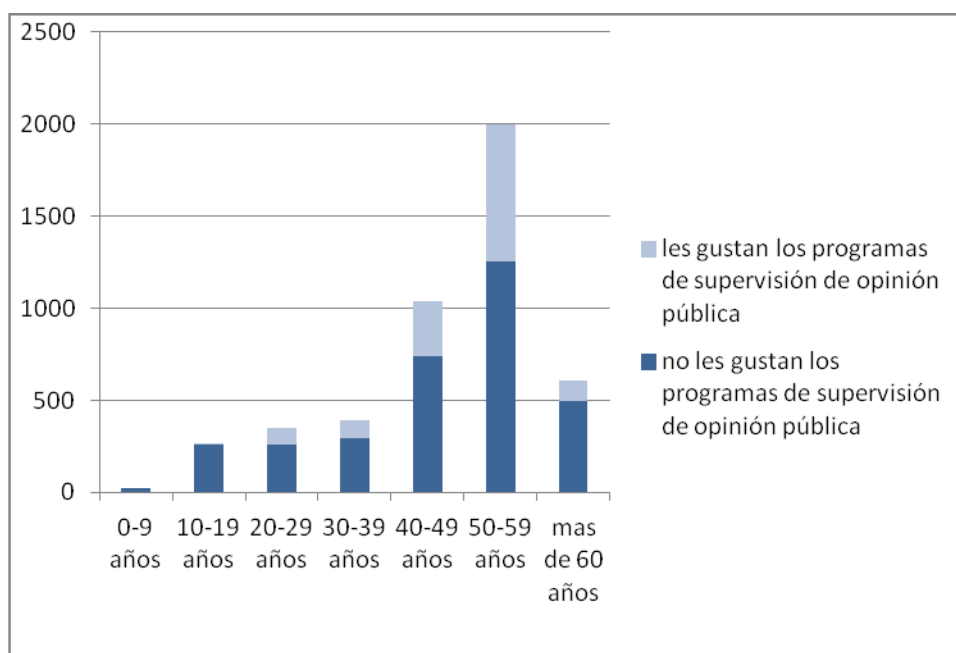
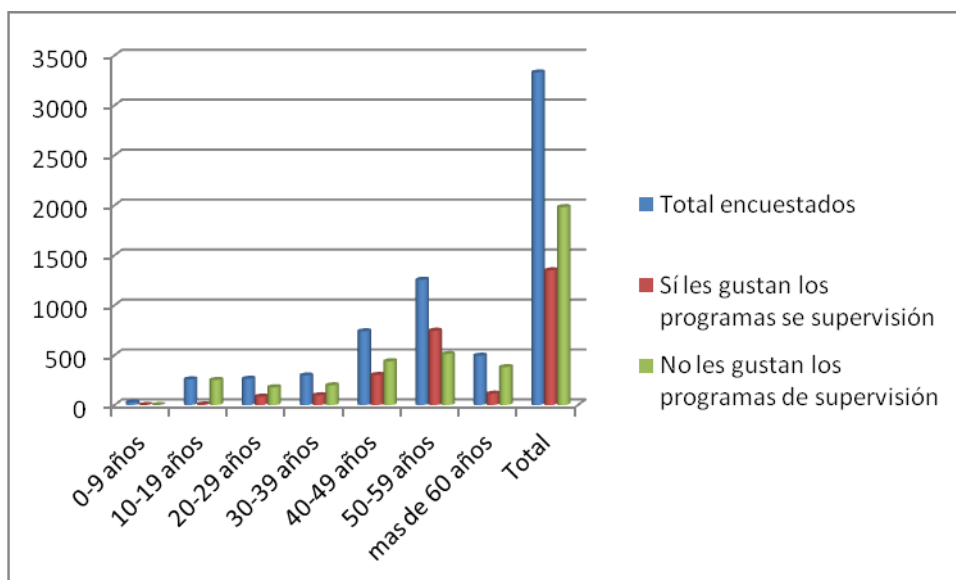
http://www.stats.gov.cn/ztjc/zdtjgz/zgrkpc/dlcrkpc/dcrkpcyw/201104/t20110428_69407.htm

20 a 29 años; 296 tienen de 30 a 39 años; 739 tienen de 40 a 49 años; 1254 tienen de 50 a 59 años; y 494 tienen más de 60 años.

Tabla 16: Total de encuestados por edades y sus porcentajes y total de encuestados a quienes les gustan los programas de supervisión de opinión pública por edades y sus porcentajes.

Grupos de edad	Total de los encuestados	Porcentaje	Les gustan los programas	Porcentaje del total de respuestas positivas	Porcentaje relativo según rango de edad
0-9 años	26	0,78%	0	0%	0%
10-19 años	257	7,72%	6	0,44%	2,33%
20-29 años	263	7,90%	85	6,30%	32,32%
30-39 años	296	8,89%	98	7,27%	33,11%
40-49 años	739	22,20%	301	22,33%	40,73%
50-59 años	1254	37,27%	744	55,19%	59,33%
más de 60 años	494	14,84%	114	8,46%	23,08%
Total	3329	100	1348	100	

Del total de los encuestados (3.329), el 40,49% (1.348) declaró que sí le gustan los programas de supervisión de opinión pública. De este 40,49%, el grupo de edad mayoritario que más aprecia estos programas televisivos corresponde al rango de 50 a 59 años (59,33%) seguido a distancia por el grupo de 40-49 años (40,73%). Los grupos de 20-29 años y de 30-39 años muestran un interés muy parecido, en torno al 33%. Y el grupo de mayor rechazo es el de 10-19 años (solo 2,33% de aceptación). De ello se colige que el rango amplio de edad de aceptación de los programas de supervisión de opinión pública corresponde a personas de 40 a 60 años (77,52%). Son las personas comprendidas en estas edades quienes tienen una representación social en la una supervisión de opinión pública.



Gráficos 4 y 5: Preferencia por los programas de supervisión de opinión pública según rango de edad.
Elaboración propia.

La razón por la que los encuestados en el rango de 0-10 años rechazan los programas de supervisión de opinión pública es que lógicamente todavía no los comprenden, ni siquiera saben qué es la supervisión de la opinión pública.

Escribieron en la encuesta que prefieren ver los cines de animación o programas de entretenimientos, no los programas informativos. Son muchos los jóvenes (10-19 años) que piensan que los programas de supervisión de opinión pública son demasiado aburridos, no muestran interés por sus contenidos.

4.6. Los niveles de educación

Entre los 3329 encuestados, 26 tienen estudios primarios; 836 tienen estudios de secundaria; 1053 realizan estudios en la escuela superior; 1104 tienen estudios de Grado universitario; 302 tienen el grado de maestría; y 8 estudios de doctorado. A través del análisis de los cuestionarios según los niveles de educación, se obtienen datos siguientes:

Tabla 17: Resultados de la encuesta sobre aceptación de los programas de supervisión de la opinión pública según los niveles de educación

Nivel educacional	Total de los encuestados	Porcentaje	Les gustan los programas	Porcentaje del total respuestas positivas	Porcentaje relativo según rango de estudios
Escuela primaria	26	0,78%	0	0	
Escuela secundaria	836	25,11%	186	13,80%	22,25%
Escuela superior	1053	31,63%	404	29,97%	38,37%
Grado	1104	33,16%	523	38,80%	47,37%
Máster	302	9,07%	229	16,99%	75,83%
Doctorado	8	0,24%	6	0,44%	75,00%
Total	3329	100	1348	100	

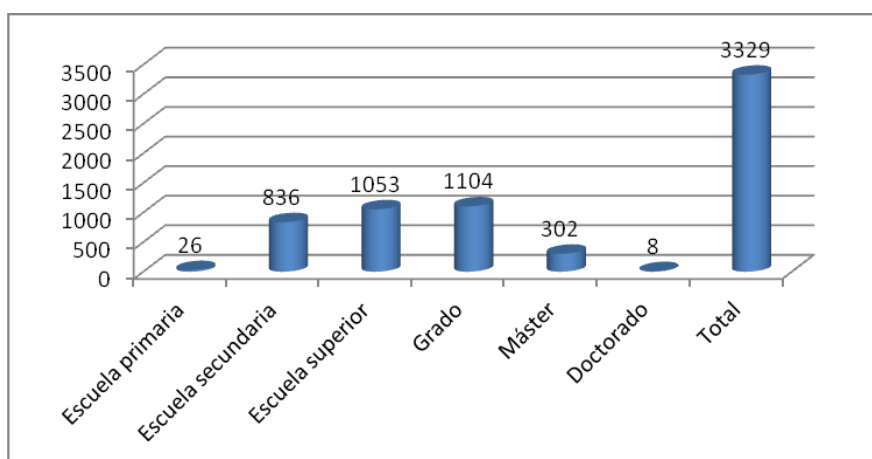
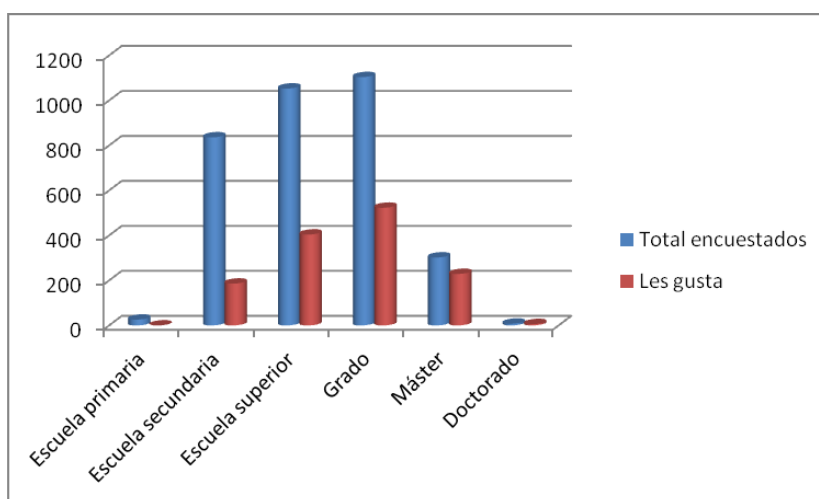
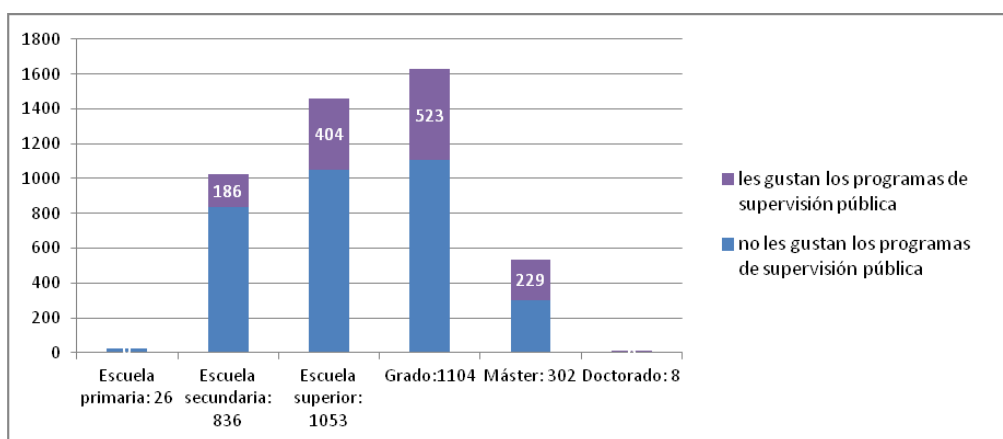


Gráfico 6. Nivel educacional de los encuestados (elaboración propia)



Gráficos 7 y 8: Preferencia por los programas informativos, según el nivel de educación (elaboración propia)

El nivel educacional influye (como no puede ser de otro modo) en la aceptación de los programas de supervisión de opinión pública. Los porcentajes más elevados, 75%, corresponde a las personas con estudios de Máster y Doctorado; y, como en una escala ya esperada, siguen en escala descendente las personas con estudios de escuela superior y secundaria y las que tienen estudios primarios no muestran interés alguno. Por tanto, el nivel de educación es directamente proporcional a la aceptación e interés por los programas de supervisión de opinión pública.

4.7. La influencia de la zona geográfica y social

Desde 1987, con el fin de satisfacer las necesidades de los espectadores y conocer la situación básica de audiencia nacional de televisión y el desarrollo de la televisión, CCTV realiza una encuesta de muestra de telespectadores nacional de televisión cada cinco años, entre ellas, la sexta encuesta de muestra se realizó en 2012. Los datos de la encuesta de muestra de telespectadores nacional de 2012 mostraba que “la distribución urbana y rural de los telespectadores ha tenido un cambio evidente en los últimos 10 años, es decir, que la proporción de la audiencia rural se ha reducido de 73,77% en 2002 a 49,18% en 2012, en cambio la proporción de la audiencia urbana ha aumentado de 26,23% en 2002 a 50,82% en 2012. El número de telespectador de zona urbana superó el de zona rural por primera vez” (Wang Jianhong, 2013: 13):



Imagen 13: las provincias chinas seleccionadas para la realización de las encuestas (Fuente del mapa: <http://zs.bwu.edu.cn/dtcx.htm>)

La encuesta seleccionó principalmente Beijing, Shanghai, Zunyi y Kunming. Primero, Beijing y Shanghai son los dos municipios más importantes de China. Según el Ranking del PIB urbano de China de 2014, el PIB de Shanghai alcanzó 2.356.994 millones de yuanes, ocupando el primer lugar, y el PIB de Beijing alcanzó los 2.133.08 millones de yuanes, ocupando el segundo lugar. Desde esta perspectiva, Beijing y Shanghai son las dos ciudades más ricas de China. En este ranking del PIB, Kunming, capital de la provincia de Yunnan, ocupó el puesto 42 y Zunyi, que es una ciudad-prefectura en la provincia de Guizhou, en el puesto 99. Con un contraste tan fuerte, se ve claramente que Beijing y Shanghai son áreas ricas, y Kunming y Zunyi son áreas pobres. Como podemos ver en el mapa

anterior Beijing y Shanghai se encuentran en el este de China. Beijing es la capital de China, es el centro de intercambio político, cultural, tecnológico e internacional de China, y tiene gran influencia internacional. Shanghai es la ciudad más desarrollada económicamente de China, es un centro internacional, financiero y comercial. Su puerto es más activo del mundo, y sus principales actividades incluyen el comercio, las finanzas, la información y la industria. Zunyi es la ciudad más grande de la provincia de Guizhou y Kunming es la capital provincial de Yunnan y ambas se encuentran en el sudoeste de China. Es difícil depender del comercio para desarrollar la economía sin estar cerca del mar. Además, los accidentes geográficos de estas dos provincias son particularmente similares, están ubicadas en la meseta, y hay muchas áreas montañosas, por lo que la inconveniencia del transporte también obstaculiza el desarrollo económico. La provincia de Yunnan es adyacente a tres países: Myanmar, Laos y Vietnam. La economía de la provincia de Yunnan se está retrasando debido a factores ambientales naturales y razones históricas. Guizhou es una provincia multiétnica que constituyen 49 minorías étnicas con una población minoritaria que representan el 37,9% de la población total de la provincia. Debido a la limitación del entorno geográfico y a la falta de transporte en la provincia de Guizhou, el desarrollo

Según el sexto censo de 2010, el ranking de población de las cuatro ciudades se describe en la tabla siguiente:

Tabla 18: Población de las cuatro ciudades. (Fuente: <http://www.elivecity.cn/html/yijuyanjiu/yijuyanjiu1/645.html>)

Ciudad	Población
Shanghai	23.019.148
Beijing	17.430.000
Zunyi	6.127.009
Kunming	6.250.000

Por su economía y población, Beijing y Shanghai son ciudades mucho más desarrolladas que Yunnan y Guizhou. Y precisamente para partir de un contraste entre ambas realidades socioeconómicas, se seleccionaron dos ciudades de la zona rica y dos ciudades de la zona pobre, así pueden diferenciarse las opiniones de las audiencias de diferentes zonas, también para explorar si la región afectará las preferencias de las audiencias.

En los 3329 cuestionarios, 538 encuestados son de la provincia Beijing, 904 encuestados son de la provincia Shanghai, 1015 encuestados son de la provincia Guizhou, 872 encuestados son de la provincia Yunnan. Diferenciándolos por zonas, fueron 1442 los encuestados de la zona rica y 1887 de zona pobre. Entre ellos, a 958 encuestados de la zona rica y 1023 de la zona pobre dicen no gustarles los programas informativos de supervisión de opinión pública. Es decir, los programas informativos de supervisión de opinión pública son más populares en las zonas pobres.

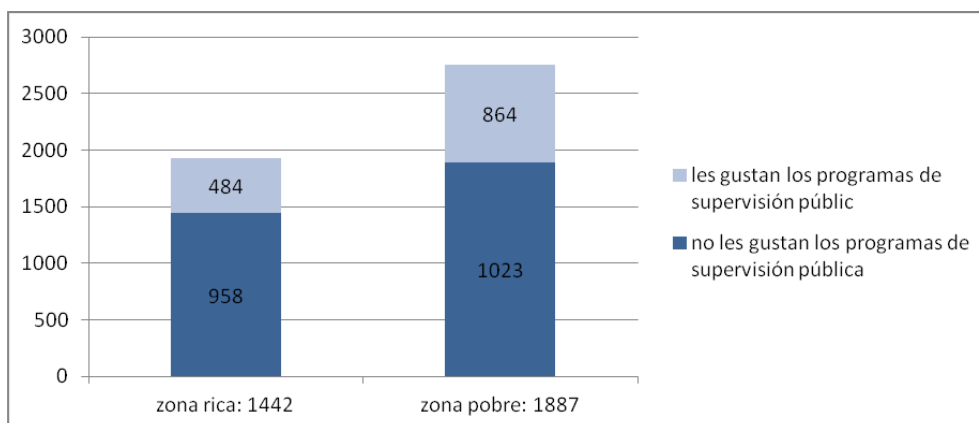


Gráfico 9: Preferencia por los programas informativos, según la zona.

Este resultado se causa por muchas razones. En primer lugar, los públicos de las zonas ricas tienen más presión por sus trabajos y vidas de ritmo rápido, por lo que tienen menos tiempo y energía para concentrarse en la televisión. Prestan más atención a sus móviles para encontrar noticias. En segundo lugar, una parte de la gente de zona pobre cree que los programas informativos de supervisión de opinión pública son aburridos, aunque la mayoría cree que estos programas están relacionados con sus vidas cotidianas.

4.8. Los problemas de los programas de supervisión de opinión pública de china

La encuesta realizada obliga a un análisis cualitativo en la pregunta número 5. ¿Le gustan los programas de supervisión de opinión pública de China? Por favor, argumente brevemente la razón en caso afirmativo o negativo. Se leyeron todas las respuestas y después se elaboraron las categorías más frecuentes para el

análisis. Así, resultaron 8 principales razones que los encuestados han señalado como motivo de crítica o rechazo de los programas de supervisión pública de China y que se exponen a continuación ordenados en epígrafes y con el análisis también de las posibles causas.

Después de años de desarrollo de la televisión, muchas estaciones han comenzado a producir una variedad de programas de comentario para satisfacer la demanda de los espectadores de conocer noticia con profundidad. Además estos programas tienen diferentes estilos, características y contenidos. La intensa competencia en el campo del periodismo mejora su calidad. En consecuencia, ha sido rápido el desarrollo de los programas de supervisión de opinión pública. Sin embargo, con la expansión de los programas de comentario de televisión surgen una serie de problemas que no sólo producen el desperdicio de recursos y la disminución de audiencia, sino también confunden a los espectadores. Por eso es necesario entender los problemas que existen en los programas informativos de supervisión de opinión pública y tomar las medidas eficaces para resolverlos con el objeto de promover el mejor desarrollo de los programas de supervisión de opinión pública.

4.8.1. La limitación de los temas

La tarea principal de los programas televisivos de supervisión de la opinión pública es revisar y analizar ciertas noticias de gran alcance político, económico, social o cultural. Un buen tema representa la prosperidad del programa. Incluso se puede decir que el tema determina directamente el valor y la medida de audiencia del programa. Por lo tanto, los programas de supervisión de opinión pública necesitan diferenciar los temas y seleccionar los más adecuados según las características y las necesidades de información de los espectadores. Sin embargo, muchos espacios de supervisión de opinión pública tienden a centrarse en los temas con mayor efecto sensacionalista como escándalos sexuales, corrupción y otros protagonizados por funcionarios públicos o personas famosas. Desatienden a menudo los temas que se preocupan por el público o que están relacionados con los intereses de algunos grupos determinados. De ahí que pueda decirse que los temas de los programas informativos de supervisión de opinión pública son muy limitados. Por otra parte, algunos reporteros y presentadores no quieren relacionarse con los temas políticos debido al control del gobierno. Por consiguiente, estas causas anteriores conducen a la limitación de los temas.

La innovación de los temas de los programas de televisión es una de las exigencias más urgentes para el mejoramiento de estos espacios informativos tan necesarios para la sociedad china.

Según el análisis realizado, por ejemplo en 2014 el programa “Temas en focos” transmitió un total de 257 ediciones, pero los temas que se refieren a la supervisión de opinión pública sólo tuvieron 66 ediciones y representó el 25,7%. Igualmente el programa “Medio hora de economía” editó un total de 236 ediciones, pero los temas que se refieren a la supervisión de opinión pública sólo tuvo 63 ediciones, lo que representó el 26.7%. Los contenidos de supervisión de opinión pública está disminuyendo, y ello muestra la tendencia a la limitación de los temas y enfoques en los programas de supervisión de opinión pública.

La supervisión de opinión pública debe supervisar todos los poderes y las organizaciones. Si los programas sólo supervisan las organizaciones y personas de niveles inferiores, y descuidan los actos ilegales de los departamentos y personas de niveles superiores, la disminución de su credibilidad social es el resultado inevitable.

4.8.2. La falta de profundidad de los comentarios

Para los programas de supervisión de opinión pública los comentarios son indispensables, forman parte del estilo único y del valor de estos espacios. Sin embargo, debido a veces a la falta de conocimiento profesional de los presentadores de televisión, y al control de los departamentos gubernamentales, a los comentarios de estos programas les falta profundidad. Por ejemplo, muchos presentadores explican las políticas, pero pocos expresan sus opiniones. Por estas

razones existe una falta de creatividad en los programas de supervisión de opinión pública. En estos programas las opiniones de muchos expertos son muy superficiales y simples, incluso una persona ordinaria también podría ofrecer las mismas opiniones. Esta cuestión no sólo no satisface las demandas de los espectadores para conocer el alcance de las informaciones, sino que también causa la antipatía a los espectadores.

La figura del presentador es muy importante para los programas informativos de supervisión de opinión pública, es más, un excelente presentador es la clave del éxito del programa. Por ejemplo, los presentadores del programa “Temas en foco” son humorísticos, inteligentes y profesionales, y sus comentarios en gran medida mejoran la calidad y el nivel del programa. En la actualidad, son demasiados los programas de supervisión de opinión pública que tienden a centrarse en la imagen externa del presentador, sin tener en cuenta su conocimiento profesional y su profundidad en los comentarios. Esto afecta en gran medida a la calidad y al nivel del programa de televisión.

4.8.3. La disminución del atractivo para el público

En la actualidad, muchos programas están imitando la estructura de “Temas en focos”: "Resumen de la noticia por el presentador + entrevista del reportero + razonamientos y comentarios". Es decir, en la primera parte el presentador presenta brevemente la noticia por unos minutos, luego el reportero hace una

entrevista en vivo a protagonistas del evento, seguido por el proceso de razonamiento con los comentarios pertinentes y discusión del presentador con invitados. Los canales de televisión locales han tratado de copiar este modelo de programa, lo que resta creatividad y conduce a que el público se sienta aburrido y disminuya la audiencia.

El posicionamiento distintivo de un programa televisivo de supervisión de opinión pública se basa en la comprensión en profundidad del tema tratado lo que obliga a una responsable selección, a la calidad de los comentarios, a buscar un estilo del lenguaje visual y el modo de emisión del programa. Por lo tanto, tener un posicionamiento distintivo es muy importante para un programa. La falta del posicionamiento distintivo es la causa más importante de la reducción de la cuota de pantalla.

4.8.4. Se confunde la cognición pública

Los programas de supervisión de opinión pública reflejan los problemas sociales y transmiten las noticias con el fin salvaguardar los legítimos derechos e intereses de las masas a conocer cuestiones que les afectan. Es decir, los programas de supervisión de opinión pública mejoran constantemente la cognición y la capacidad de responder los problemas sociales a través de una gran cantidad de exposición de datos y por el análisis de los problemas sociales. De esta manera se promueve el proceso de democratización de la sociedad y el

progreso social. El problema es que en la actualidad existe una tendencia negativa como es la de que se presentan demasiados temas basados en escándalos sexuales, en conflictos emocionales y violentos, y en el crimen. Esto ofrece una visión general de una sociedad caótica, lo que proporciona una cognición social desequilibrada, negativa y pesimista.

4.8.5. La tendencia al entretenimiento en los programas de supervisión

En los programas de supervisión de opinión pública también existe la tendencia de entretenimiento. Los contenidos de algunos programas no se relacionan con el interés del público. Por ejemplo, en un espacio titulado “Un funcionario se ha despedido de su puesto por la delación de su amante” se describe la vida del funcionario como escandalosa, y se usa el título llamativo para atraer la atención, sin tener en cuenta que un caso particular así tratado provoca una opinión generalizada de corrupción. Programas con esos contenidos orientados a satisfacer el entretenimiento de las masas no cumplen con la función que se le exige a los que tienen como fin la supervisión de opinión pública.

La credibilidad es la principal condición para los medios de comunicación, y aún más para los programas de supervisión de opinión pública porque tienen una función social y por ello una responsabilidad mucho mayor. La tendencia de entretenimiento de los programas de supervisión de opinión pública produce la distorsión del contenido del informe, luego daña el derecho de saber del público,

finalmente se produce la antipatía. Todo ello conduce directamente a la caída de la credibilidad de los medios de comunicación. Si los medios de comunicación tratan aumentar su cuota de audiencia para maximizar sus beneficios a toda costa perderán su autoridad y credibilidad.

4.8.6. La falta de atención a los grupos de las zonas rurales y otros grupos sociales vulnerables

Con la profundización de la reforma de la economía de mercado en China, los principios de comercialización y la ley del valor tienen un profundo impacto en los medios de comunicación modernos. Como una parte importante del sistema social, los medios de comunicación cumplen las normas de comercialización con el fin de lograr sus propios desarrollos. Los programas de supervisión de opinión pública están obligados a utilizar una variedad de métodos para atraer a las audiencias. Una parte de estas audiencias disfruta de una fuerte capacidad de consumo. Pero otra parte carece de esta capacidad y forman los grupos sociales vulnerables, los cuales tienen pocos recursos económicos y no se ven representados en los medios de comunicación. Si los medios de comunicación no hablan por ellos, es difícil proteger sus derechos y se vuelven aún más vulnerables. Estos grupos están constituidos por desempleados, ancianos en difícil situación, los agricultores que viven en zonas rurales, por ejemplo.

Con la profundización de la comercialización y la tensa competencia entre los medios de comunicación, la medición de la audiencia determina la cuota en el mercado y los ingresos de los medios de comunicación, incluso se convierte en un factor decisivo en la prosperidad de los programas de supervisión de opinión pública. En tal situación competitiva, los programas de supervisión de opinión pública dan prioridades a las audiencias urbanas.

En las etapas iniciales del desarrollo, los programas de supervisión de opinión pública determinaron sus audiencias en los públicos urbanos para lograr sus desarrollos rápidos y, sin duda, ese modo de desarrollo también es una estrategia de exploración. Pero con la maduración de los programas televisivos de supervisión de opinión pública se hace muy evidente que son bastante indiferentes a los intereses de los grupos sociales vulnerables de China.

4.8.7. La difícil competencia con la red

La red juega un papel importante en el proceso de supervisión de la opinión pública tal como encontrar las pistas de noticia, seguir el desarrollo del evento y promover la resolución del problema. En el junio de 2013, un trabajador de la Oficina Administrativa y Ejecutiva Urbana protagonizó una cruel escena en la calle contra un vendedor. Esa escena fue grabada en video por un transeúnte con su teléfono móvil y lo publicó en Weibo (como el Twitter en China). Se produjo una gran cantidad de comentarios y reenvíos de los usuarios de Weibo, se hizo

viral. La mayoría de los usuarios pensaron que el comportamiento del empleado de la Oficina Administrativa y Ejecutiva Urbana fue brutal, incluso algunos usuarios dijeron que en la sociedad actual los departamentos del gobierno son organizaciones criminales. Debido al impacto del incidente, el programa “Temas en focos” también difundió detalladamente ese evento, y difundió el video publicado en Weibo. Este es un ejemplo de cómo la mayoría de los eventos populares se exponen inicialmente en la red por los públicos, y rápidamente se convierten en el foco de los usuarios de Internet. Debido a la ausencia de los medios de comunicación de TV en el momento de ocurrir el evento y a las limitaciones de las horas de difusión, la mayoría de los programas de televisión usan una gran cantidad de fotos, vídeos y comentarios de la red. Puede decirse incluso que dependen excesivamente de los materiales de la red.

Los programas de supervisión de opinión pública no pueden cambiar sus modos de elaborar y tratar la información. Deben ser rigurosos en cada proceso. Y ello no admite una competencia con la red.

4.8.8. Dificultad de la participación de la audiencia

La televisión es un medio tradicional de comunicación, y el modo de presentar la opinión pública es relativamente simple y unidireccional. Actualmente la mayoría de los programas de supervisión de opinión pública aún utiliza el SMS como único canal interactivo a la audiencia. Por la restricción de tiempo de

emisión de la televisión y la limitación del número de palabras de los mensajes, la audiencia no puede expresar plenamente ni con eficacia su punto de vista sobre las noticias. Sin embargo, en la red la velocidad de difusión de opinión pública se puede lograr con un crecimiento exponencial, además la expresión de la opinión pública puede ser bidireccional, así hay más probabilidad de obtener la atención del gobierno, acortando el tiempo de esperar la respuesta. Por lo tanto se despierta el entusiasmo del público a participar en la política y supervisar por la opinión pública. Por otra parte, en la red hay Weibo, Wechat, blog, sitio web del gobierno y el foro, medios que ofrecen nuevos canales a la audiencia para expresar su punto de vista y que influye enormemente en el concepto actual de la comunicación política. Ante ello, los programas televisivos de opinión pública deben considerar que su subsistencia dependerá de la adecuada selección y del mejor y más responsable tratamiento de la información y de la opinión.

4.9. Sugerencias para los programas de supervisión de opinión pública de China

La sexta y última pregunta del cuestionario [*¿Tiene alguna propuesta para mejorar los programas de supervisión de opinión pública de China? Por favor, expóngala brevemente*] obliga también al análisis cualitativo y, como en la pregunta anterior, a establecer categorías concluyentes. Se leyeron todas las respuestas y después se elaboraron las categorías más frecuentes para el análisis.

Así, resultaron cuatro principales propuestas que los encuestados han señalado y que se exponen a continuación ordenados en epígrafes y con el análisis también de las posibles causas a lo que indudablemente también ha ayudado el análisis efectuado por la autora sobre los tres programas principales en China de supervisión de la opinión pública.

4.9.1. Establecer un sistema de evaluación de supervisión de opinión pública

Yu Weimin clasificó el sistema de evaluación de opinión pública en cinco categorías: "norma emocional, norma de facto, norma moral, norma de político, norma jurídica"⁶⁴. La primera es la norma emocional. Cada persona tiene emociones y tiene su propia norma emocional y evaluación sobre los eventos. En el proceso de llevar a cabo la supervisión de opinión pública con la norma emocional existen dos posibilidades: reflejar la aspiración y emoción común de la mayoría de los públicos y permitir a los públicos evaluar libremente. Por ejemplo, en un periódico se publicó un informe sobre el rescate de un niño secuestrado. En realidad, la familia secuestradora compró un bebé de tres meses por 3.500 yuanes. Toda la familia estableció una relación profunda con el bebé a los pocos meses, por eso cuando se rescató al pequeño los miembros de esta familia lloraban sin consuelo hasta derrumbarse. El reportero trató con simpatía a esta familia y expresó su sentimiento en la noticia. De ese modo se reemplazó el

⁶⁴ En <http://www.chinamediaresearch.cn/article/1156/>

juicio moral y legal con su propia emoción, lo que daña la racionalidad y la credibilidad de los medios de comunicación.

La segunda es la norma de facto. La noticia es el informe de los hechos que ocurren recientemente, los medios de comunicación deben aclarar los hechos e informar con la máxima claridad y rigor al público. Es decir, los medios de comunicación deben ser responsables con los hechos de las noticias y así propiciar que los públicos tengan suficientes elementos de realidad para evaluar y debatir y formarse una opinión.

La tercera es la norma moral. El límite de la norma moral es mayor que la norma jurídica, lo que viola la norma jurídica también viola la norma moral.

La cuarta es la norma política. La política es responsabilidad del gobierno y está relacionada con los intereses fundamentales del público. Por eso los programas de supervisión de opinión pública tienen también una responsabilidad política. Cuando esa exigible responsabilidad se incumple daña los intereses de la gente y la estabilidad social.

La quinta es la norma jurídica. La ley es la base para mantener el orden social. Los programas de supervisión de la opinión pública deben estar atentos al cumplimiento de las leyes sobre todo por quienes ejercen algún tipo de poder porque de ese modo se protegen los derechos e intereses legítimos de los públicos. Se debe mencionar que las diversas normas de evaluación de opinión

pública son complementarias e interrelacionadas. Cualquier tipo de opinión pública debe estar basada en hechos y una actitud crítica racional y razonada.

4.9.2. El partido y el gobierno deben apoyar aún más la supervisión de opinión pública

A través de los medios de comunicación se forma la supervisión de opinión pública, cuya función es controlar la aplicación de las políticas del gobierno y del partido. Desde este punto de vista, el gobierno y el partido necesitan apoyar la supervisión de opinión pública para proteger el interés del público y el buen gobierno.

La opinión pública es un derecho constitucional, es una extensión de los derechos civiles y políticos de los ciudadanos con el fin de participar en la política del gobierno relacionados con los asuntos públicos. Para ello, los ciudadanos necesitan la ayuda de los medios de comunicación. En la sociedad actual, el público conoce las noticias importantes del mundo, así se realiza su derecho a saber; luego el público expresa su opinión sobre las noticias mundiales a través de los medios de comunicación para lograr su derecho a hablar. De hecho, los informes y entrevistas de los medios de comunicación en nombre del público garantizan la realización del derecho a hablar. Es decir, el sujeto de la supervisión de opinión pública es el público, mientras que las agencias de noticias y los periodistas son actores específicos y portavoces del público para

lograr el derecho se supervisar. Por lo tanto, los medios de comunicación son herramientas sociales para realizar los derechos básicos públicos y deben manejar bien la relación con el gobierno y el público.

4.9.3. Los programas de supervisión de opinión pública tienen que enfatizar la responsabilidad social

En 1954, tres profesores de comunicación, Fred S. Siebert, Theodore Peterson y Wilbur Schramm expusieron sus Cuatro teorías de la prensa en un artículo académico, que sirvieron para establecer una tipología en la mente de los educadores y estudiantes de periodismo. Siebert, Peterson y Schramm definen la filosofía del periodismo presentando esas cuatro teorías: 1) la teoría autoritaria; 2) la teoría libertaria; 3) la teoría comunista; y 4) la teoría de la responsabilidad social (Siebert, Peterson Schramm, 1954). Aquí nos atenemos a la teoría de la responsabilidad social. Este concepto se desarrolla a mediados del siglo XX en Estados Unidos y pone el énfasis en la responsabilidad de la prensa ante la sociedad. Se considera un nivel superior del liberalismo, es una especie de viaje evolutivo moral e intelectual.

Según la teoría de la responsabilidad social, los programas de supervisión de opinión pública tienen que asumir la responsabilidad y la obligación moral en el ejercicio de su derecho a la libertad de prensa. Es decir, los medios de comunicación tienen la responsabilidad de controlar su comportamiento dentro

de la ley con el fin de evitar el daño o perjuicio al interés del público. La libertad de prensa exige la responsabilidad social de los medios y el comportamiento ético. Como la “lengua” del gobierno y del público, los medios de comunicación deben comprender sus funciones, mejorar continuamente la calidad de sus profesionales y políticas y servir a la gente para el progreso del país.

4.9.4. Construir una plataforma para la comunicación entre los funcionarios y los públicos

La supervisión de opinión pública es como un puente entre el gobierno y el público. Por lo tanto, los programas de supervisión de opinión pública necesitan seleccionar los temas sobre los intereses de los públicos con el fin de relacionarse estrechamente con el gobierno y el público. Los programas de supervisión de opinión pública van a recoger una gran cantidad de material de noticias e información a través de la línea de teléfono, SMS, Weibo, correo electrónico y otros canales. Para estos programas es muy difícil investigar todos temas en profundidad. Por lo tanto se necesita seleccionar los ejemplos que verdaderamente puedan ser de interés público para, de esta manera ser capaces de transmitir la voz de la gente al gobierno y promover la mejora social. Es también necesario mejorar la profesionalidad de los trabajadores de los medios de comunicación. En la actualidad, en algunos programas de supervisión de opinión pública existen muchos problemas ya que en el proceso de planificación y

elaboración se debe prestar atención a la metodología de la encuesta y a la forma de presentación para atraer la atención de los espectadores.

Por ejemplo, un programa del canal Wu Han titulado “La política de televisión” generalmente elige temas oportunos para provocar la atención de la gente. Al principio de cada año, este programa recoge ampliamente la opinión, la queja y la sugerencia del público a través de la oficina municipal para las quejas, centro administrativo de la ciudad, la red y las unidades de noticias de Wu Ha. Después de un debate de los líderes del gobierno municipal, finalmente se escogen “diez problemas pendientes” que son necesarios rectificar oportunamente. Posteriormente, en el programa “La política de televisión” se elaborarán los programas de acuerdo con el plan de estas diez cuestiones pendientes, y luego proponen las medidas correctivas, las metas y los plazos. Como resultado, los problemas pueden ser conocidos, debatidos y resueltos con eficacia.

En los últimos años, algunas estaciones de televisión locales han abierto una gran cantidad de programas con la forma del "cara a cara" entre funcionarios del gobierno y público sobre la seguridad alimentaria, la seguridad social, etc. El programa “El liberador de la supervisión de opinión pública” del canal Shan Xi utiliza esta fórmula para promover la presentación y la resolución de la supervisión de opinión pública, y facilitar la resolución del conflicto entre el gobierno y el público. Por lo tanto, estos programas tienden un puente con éxito

entre el poder y el pueblo. Así se juega un papel activo para promover la supervisión de opinión pública y mejorar la relación entre los medios de comunicación y el gobierno, y también se satisface las necesidades de la transformación social y la tendencia de desarrollo hacia la democratización.

CAPÍTULO V: Conclusiones

Las conclusiones de la investigación son las siguientes:

- 1) La opinión pública es la combinación de emociones, actitudes, creencias y opiniones que son mostradas por la mayoría de las personas en un tiempo y espacio específicos frente a hechos, cuestiones y fenómenos sociales que dan a conocer los medios de comunicación.
- 2) Los medios de comunicación transmiten la opinion pública, desarrollan la opinión pública, configuran la opinión pública y orientan la opinión pública.
- 3) La supervisión de opinión pública en China se refiere a la divulgación pública de asuntos del partido, asuntos gubernamentales y todos los asuntos públicos a través de los medios de comunicación, y muy especialmente los programas informativos de la televisión, ya que realizan una función de supervisión de figuras públicas (políticos, empresarios, estrellas del espectáculo, compañías cotizadas, etc.). Tal supervisión de divulgación y crítica también incluye evaluación y recomendaciones. Con el desarrollo social en todos los aspectos, el poder administrativo del gobierno también se está expandiendo porque regula la vida social en todas sus formas. Es fácil que haya corrupción, por lo que la gente presta su atención al mecanismo de supervisión de la opinión pública, y espera

exponer públicamente el abuso de poder a través de los medios de comunicación, formando una presión de la opinión pública.

4) En un sentido amplio, la supervisión de la opinión pública en China se refiere a los derechos y libertades de los ciudadanos a ejercer esa supervisión sobre asuntos estatales y sociales. Los ciudadanos ejercen ese poder de supervisión que les otorga la ley a través de ciertas formas organizativas y medios de comunicación, que expresan la opinión pública e influyen en la toma de decisiones públicas. En un sentido estricto, se refiere a la supervisión de los medios de comunicación. Los ciudadanos tienen el derecho y la libertad de utilizar los medios de comunicación para expresar sus opiniones, sugerencias y pensamientos sobre cuestiones que atañen a sus vidas personales y sociales.

5) Los programas que pueden difundir, investigar y comentar los asuntos del partido, los asuntos gubernamentales y los asuntos de las figuras públicas proporcionan canales para que el público exprese sus opiniones e incluso dejar que sus opiniones afecten a la toma de decisiones públicas. Esos programas son realmente los que pueden llamarse de supervisión de la opinión pública.

6) Hoy los nuevos medios de comunicación se incorporan a la vida del público con rapidez, emotividad y facilidades que propician el intercambio de culturas, temas de intereses particulares y generales, facilidades para dar a conocer especificidades tanto en el país de origen como en el mundo entero, en sitios web

y en otros espacios de la red de redes que desarrollan un intenso y abierto proceso de socialización política e ideológica y de otros temas de interés que dan la energía a la supervisión de opinión pública de televisión.

7) Los programas informativos de supervisión de opinión pública de la televisión china han respondido a las teorías elaboradas por Maslow (La jerarquía de las necesidades) y por Katz, Guveritch y Haas (Teoría de usos y gratificaciones o las necesidades sociales y psicológicas de los medios de comunicación). Ambas teorías se complementan y se muestran en esos programas informativos de supervisión de la opinión pública. El hecho de que el desarrollo de la televisión en China haya coincidido con la explosión de las nuevas tecnologías no es un obstáculo para que sigan siendo muy necesarios esos programas informativos de supervisión de la opinión pública en China. Por el contrario, las nuevas tecnologías ayudan al desempeño más efectivo de esa supervisión pública.

8) Después del análisis realizado de los tres programas más importantes de supervisión de la opinión pública de la televisión china, se observa que la publicidad positiva es el principio básico que se debe seguir por los medios de comunicación. Adherirse a la publicidad positiva no significa no supervisar a la opinión pública, al contrario, se debe fortalecer la supervisión de la opinión pública mediante la información de lo negativo. Sin embargo, algunos departamentos del gobierno y cuadros dirigentes se muestran temerosos ante la

supervisión de la opinión pública y se resisten a promover información y a participar. Ejemplo de esta actitud es el bloqueo de la difusión de noticias, el impedir la investigación de los periodistas sobre ciertas noticias y resistirse a la supervisión de la opinión pública. El pretexto es defender a la sociedad del caos y de la inestabilidad y defender también el prestigio y la imagen del partido y del gobierno. Debido a la falta de protección legal, la violación de los derechos de supervisión de la opinión pública ocurre con cierta frecuencia. Como resultado, a menudo no se garantiza la seguridad de los periodistas en las entrevistas, incluso algunos periodistas han recibido represalias después de exponer ciertos hechos.

9) El objetivo más importante de esta tesis es analizar los programas de supervisión de opinión pública de China y sus problemas, como son:

► Los programas de supervisión de opinión pública de la televisión tienen que encontrar y promocionar sus propias características y utilizar los recursos de Internet y otros nuevos medios de comunicación con el fin de seleccionar los mejores y más oportunos temas para sus programas y acercarse a la audiencia.

► Los programas de supervisión de opinión pública y los nuevos medios de comunicación deben unirse con el fin de maximizar la velocidad y el efecto de difusión de la supervisión de opinión pública. Necesitan construir sus propias plataformas de difusión para realizar la orientación de supervisión y sus influencias y reforzar la cooperación con otras formas de medios de

comunicación para que la supervisión de opinión pública se transmita en otra dimensión.

► Los medios de comunicación de China son activos de propiedad estatal. El medio de comunicación principal está directamente controlado por el partido y el gobierno. Muchos otros medios de comunicación locales también pertenecen a los principales medios de comunicación, constituidos por varias organizaciones gubernamentales y del partido. En este contexto, los medios de comunicación se han convertido en la portavocía del partido y del gobierno. Bajo el sistema actual de economía de mercado, los medios de comunicación también enfrentan la presión de los intereses económicos, pues ellos tienen que preocuparse por los grandes anunciantes. Todo ello influye en la calidad de los programas de supervisión de opinión pública.

10) Lo más importante es que el Partido de China debería aumentar la intensidad de la supervisión de opinión pública. Las unidades nacionales competentes en todos los niveles deben apoyar firmemente el trabajo de supervisión de la opinión pública de los medios de comunicación, y promover activamente la resolución de problemas, con el fin de establecer el prestigio de los programas de supervisión de la opinión pública entre los públicos. Los líderes y productores de los programas de supervisión de opinión pública deben enfrentar dificultades y establecer mecanismos de incentivos y mecanismos de garantía internamente,

recompensar a los buenos periodistas y crear un ambiente de trabajo que estimule su profesionalidad y responsabilidad. El periodista debe aumentar la intensidad de la supervisión de la opinión pública, atreverse a informar para garantizar el derecho a saber de la gente. Además, es necesario mejorar la democracia socialista, proteger la libertad de expresión y la libertad de prensa, y expandir verdaderamente la libertad de informar de la prensa, para que los programas puedan cumplir mejor con sus deberes en la supervisión de la opinión pública.

11) La garantía legislativa del derecho de supervisión de la opinión pública realmente puede salvaguardar el derecho de los ciudadanos a conocer y proteger los derechos e intereses legítimos de los periodistas, y luego resolver los problemas de la supervisión de la opinión pública de China. Para ello, el gobierno chino debe formular leyes y códigos de conducta relevantes para los programas de supervisión de opinión pública a partir de las condiciones nacionales actuales en China. Se trata de reescribir los derechos y obligaciones de los medios de comunicación en el proceso de supervisión de la opinión pública. Del mismo modo, y en correlación, también debe formularse una ley para las infracciones que se cometan contra la supervisión de la opinión pública.

12) Gracias a la apertura de los asuntos gubernamentales y a una mayor transparencia, los programas de supervisión de opinión pública informan oportunamente al público sobre problemas encontrados por el gobierno en el

proceso administrativo. El público comprende claramente las dificultades que enfrenta el gobierno y puede entender más racionalmente la intención original del gobierno en sus acciones políticas. Debido a los informes de los programas de supervisión de opinión pública, muchos problemas sociales se han debatido ampliamente en la sociedad china, lo que proporciona la base necesaria para la solución del problema. Por lo tanto, el Estado debe apoyar vigorosamente el desarrollo de tales programas y los funcionarios deben cooperar con los periodistas para proporcionar activamente materiales para el programa.

13) Para un país como China que aún se encuentra en un período de transformación social, la solidez del sistema legal sigue siendo una prioridad. Después de todo, la supervisión de la opinión pública es parte de la superestructura, el nivel de desarrollo del país está en sintonía con la construcción económica, la democratización política y el cumplimiento de las leyes. Pero todavía hay un largo camino por recorrer antes de que los medios de comunicación realmente puedan desempeñar un papel de supervisión al poder público. Las sugerencias para fortalecer y mejorar los programas de supervisión de la opinión pública propuestas en esta investigación solo son una mínima aportación. La implementación real aún requiere mucha más verificación y estudio.

14) China es una superpotencia con casi mil cuatrocientos millones de personas, con un vastísimo territorio con una gran y muy diversa riqueza cultural. En este contexto, la televisión ha sido decisiva para la unificación del país. La Teoría del Cultivo de Gerbner (Gerbner 1972^l; Gerbner et al. 1990, 1996 y 2002,) se materializa en China en unas condiciones que no admiten comparación con otros países del mundo. El *mainstreaming* o sobreinclusión de los espectadores de televisión minimiza las diferencias derivadas de la variedad cultural, social y política de los grupos a los que pertenecen. Y esto ha sido decisivo para la forma de gobierno en China, basada en la centralización política en un país tan diverso en todos los aspectos imaginables. El partido del gobierno tiene un control decisivo sobre todos los aspectos de la sociedad. Por lo tanto, la supervisión de la opinión pública se convierte en una forma de participar en la política y es absolutamente necesaria.

15) La salud de la supervisión de la opinión pública es particularmente importante en China. La calidad de los programas de supervisión de opinión pública determina directamente si los chinos reciben noticias y si estas contribuyen a que tengan una comprensión más racional y clara de la sociedad. Afortunadamente existen buenos programas como “Noticias 1+1”, “La investigación de noticias” y “Temas en focos” (analizados en esta investigación), aunque no son perfectos. Con el proceso de aceleración de la democracia en China, la conciencia democrática de todo el pueblo, incluida la conciencia de la

supervisión de la opinión pública, se verá ampliamente mejorada. Cuando los públicos comiencen a ejercer conscientemente sus derechos a través de los medios de comunicación, el poder de supervisión de toda la sociedad será realmente fuerte, lo que constituye una razón para el optimismo.

CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA⁶⁵

ABRUZZESE, Alberto y MICONI, Andrea (2002): *Zapping: Sociología de la experiencia televisiva*. Madrid, Ed. Cátedra.

ALLPORT, Floyd H. (1937): "Toward a Science of Public Opinion". *Public Opinion Quarterly*, 1 (1): 7- 23

ALLPORT, Floyd Henry (1923): "La falacia de grupo en relación con la ciencia social". *The American Journal of Sociology*, 1923, 29, 688-706.
[Traducción: Amalio Blanco], en:
<http://antalya.uab.es/jmunoz/Biblioteca/falacia.pdf>

ALTHEIDE, David L. (1986): "Media Hegemony: A Failure of Perspective". *Public Opinion Quarterly*, 48, pp. 476-490.

APPLEGATE, Ed (2008): *A Biographical Dictionary of Writers and Editors*. USA, Scarecrow Press.

ASIMOV, Isaac (1973): *Cien preguntas básicas sobre la ciencia*. Madrid, Alianza editorial.

BANDURA, Albert (1986): *Fundamentos sociales de pensamiento y acción: Una teoría cognitiva social*. Vol. II. Editorial de la universidad Normal del Este de China [trad. y publicada en 2011]

BANDURA, Albert (1987): *Pensamiento y acción: fundamentos sociales*. Barcelona, Ediciones Martínez Roca

⁶⁵ Esta bibliografía utilizada en la investigación se compone de obras y artículos de autores occidentales y chinos. Las referencias bibliográficas de China están traducidas por la autora para facilitar la comprensión de nombres, títulos y universidades o editoriales.

- BANDURA, Albert (1996): "Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías". En Bryant, Jennings y Zillmann, Dolf (coords.): *Teoría social cognitiva de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós Ibérica, págs. 89-126
- BANDURA, Albert (2011): "A social cognitive perspective on positive psychology". *Revista de Psicología Social*, Vol. 26, Nº 1, pp. 7-20
- BANDURA, Albert y GARRIDO MARTÍN, Eugenio (1983): *Principios de modificación de conducta*. Barcelona, Ediciones Sígueme.
- BANDURA, Albert y RIVIÈRE, Ángel (1987): *Teoría del Aprendizaje Social*. Madrid, Espasa Calpe.
- BANDURSKI, David y HALA, Martin (eds., 2010): *Investigative Journalism in China: Eight Cases in Chinese Watchdog Journalism*. [Introducción de Ying Chan]. Hong Kong University Press
- BÉJAR, Helena (1982): "Rousseau: opinión pública y voluntad general". *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, Nº 18, págs. 69-84.
- BERICAT, Eduardo (1998): *Integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona, Ariel.
- BERINSKY, Adam J. (1999): "The Two Faces of Public Opinion". *American Journal of Political Science*, Vol. 43, No. 4, October, pp. 1209–1230.
- BERNSTEIN, Carl y WOODWARD, Bob (2005): *Todos los hombres del presidente*. [Traducción: Joaquín Adsuar Ortega]. Barcelona, Inédita Editores

- BI Yiming (s/f): "El concepto de la opinión pública", disponible en:
<http://highdocuments.com/839375740/>
- BLUMER, Herbert (1982): *El interaccionismo simbólico*. Barcelona, Hora [edición original: 1969]
- BOUDON, Raymond y LAZARSFELD, Paul (1973): *Metodología de las ciencias sociales. Conceptos e índices*. Barcelona, Laia.
- BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chris (2003): *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. [Traducido por Guillermo Franco] Disponible en:
http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf.
- BOUZA, Fermín (2000): "Democracia y comunicación política: paradojas de la libertad". *Anales de la cátedra Francisco Suárez*. Granada, Dpto. de Filosofía del Derecho de la Universidad de Granada, 34: 927.
- BOUZA, Fermín (2004): "Desventuras de un concepto claro y distinto: Opinión Pública". En VV.AA.: *Reflexiones sociológicas. Libro homenaje a José Castillo Castillo*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf (coords., 1996): *Teoría social cognitiva de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós Ibérica
- CAI Shangwei (2006): *Periodismo de radio y televisión*. Shanghai, Universidad de Fudan.
- CAI Yingwen (2006): *Práctica política y espacio público*, Taipei, Xingguang.
- CAMPBELL, Angus; CONVERSE, Philip E.; MILLER, Warren E. and STOKES, Donald E. (1960): *The American Voter*. New York, Wiley.

- CAMPOY ARANDA, Tomás J. y ARAÚJO GOMES, Elda (2009): *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos*. España, Editorial EOS.
- CANEL, María José (2006): *Comunicación política. Una guía práctica para su estudio y práctica*. Madrid, Tecnos.
- CASALS CARRO, María Jesús (2005): *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*. Madrid, Fragua.
- CASETTI, Francesco y Di CHIO, Federico (1999): *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, Grupo Planeta GBS
- CHAMBERLAIN, John (1976): "Another Look at Mao Tse-tung". *Ludington Daily News*, p. 4, november 9
- CHEN Lidan (2004): *La selección de Chen Lidan*. Shanghai, universidad Fudan
- CHEN Hao (2013): *Sobre la supervisión de la opinión pública en Internet y su esfuerzo*. Shandong, Universidad de Shandong.
- CHEN Xiaochun (2007): *Edición de noticias de televisión*. Chengdu, Universidad de Sichuan.
- CHEN Yelei (2011): *Investigación sobre temas de programas de comentarios de noticias de televisión*. Hebei, Universidad de Hebei.
- CHENG Lingling (2008): *Análisis de comunicación política del programa "temas en focos"*. Henan, Universidad de Henan.
- CHENG Shishou (2003): *Estudio de la opinión pública*. Beijing, Editorial de la Universidad de Ciencia y Tecnología de Huazhong Press.

- CHOMSKY, Noam (2002a): "El control de los medios de comunicación", en Noam Chomsky e Ignacio Ramonet, *Cómo nos venden la moto*. Barcelona, Icaria.
- CHOMSKY, Noam (2002b): *La propaganda y la opinión pública. Conversaciones con David Barsamian*. Barcelona, Crítica.
- CHOMSKY, Noam y HERMAN, Edward S. (2005) *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona, Crítica.
- COOK, Fred J. (1972): *The Muckrakers: Crusading Journalists who Changed America*. Garden City, New York, Doubleday.
- COTTLE, Simon (2003): *News, public relations and power*. London, Sage.
- CRESPI, Irving (2000): *El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente*. Barcelona, Ariel
- D'ADAMO, Orlando y GARCÍA BEAUDOUX, Virginia (2007): "Medios de comunicación de masas y percepción social de la inseguridad". *Boletín de Psicología*, No. 90, Julio, pp. 19-32
- D'ADAMO, Orlando (2007): *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid, McGraw-Hill / Interamericana de España.
- DAVISON, W. Phillips (1968): "Public Opinion: Introduction", en Sills, David L. ed., *International Encyclopedia of the Social Sciences*, vol. 13, Nueva York, Macmillan Co & Free Press, pp. 188-197.
- DHALGREN, Peter (1996): *Television and the public sphere. Citizenship, democracy and the media*. London, Sage.

- DU Junfei (1999): *Escritura profunda de los informes. Beijing: la radio y la televisión de China*. Beijing, Renmin.
- DU Junfei (2004): *La gestión del Periodismo de Internet de China*. Beijing, Renmin
- DUAN Bo (2006): "La investigación de noticias debe fortalecer la calidad del periodismo de investigación". Beijing, Diario Académico de Radio y TV de China.
- DUJUN Fei y HU Yiqing (2001): *Principios de informes de profundidad*. Beijing, Xinhua.
- ENGELS, Friedrich (1884): *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*. MIA (Marxist Internet Archives) Disponible en: https://www.marxists.org/espanol/m-e/1880s/origen/el_origen_de_la_familia.pdf.
- ESCUDERO, Lucrecia; GARCIA RUBIO, Claudia (coord., 2007): *Democracias de opinión. Medios y comunicación política*. Madrid, La Crujía.
- FANG Hanqi (2004): *Difusión de noticias por 100 años en el mundo*. Beijing, Renmin.
- FANG Yanming (2005): *Metodología de práctica de noticias*. Beijing, Xinhua.
- FERRÉ, Joan y ROCA, Neus (1997): "Creencias populares sobre los efectos de la televisión". *Comunicación y cultura*, vol. 1 (2), pp. 25-42.
- GADAMER, Hans-Georg (2000): *La dialéctica de Hegel. Cinco ensayos hermenéuticos* [Trad. Manuel Garrido]. Madrid, Cátedra, 5ª edición.

- GALTUNG, Johan (1968): *Teoría y método de la investigación social*. Buenos Aires, Eudeba
- GAN Xifen (1980): *Diccionario de periodismo*. Henan, Renmin de Henan.
- GAO Haiying (2006): *Arte del comentario del presentador de TV*. Hebei, Universidad de Hebei.
- GERBNER, George (1972): "Violence and television drama: trends and symbolic functions". En Comstock, G. y Rubinstein, E. (Eds.): *Television and social behavior*. Washington: US Government Printing Office.
- GERBNER, George; GROSS, L.; MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. (1990): "Trazando la corriente dominante: contribuciones de la televisión a las orientaciones políticas". *Revista de Psicología Social*, 5 (1), pp. 71-79
- GERBNER, George; GROSS, L.; MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. (1996): *Crece con la televisión: perspectiva de aculturación*. En: BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (comps.): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona, Paidós.
- GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M.; SIGNORIELLI, N. y SHANAHAN, J. (2002): "Growing up with television: cultivation processes". En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.): *Media Effects. Advances in theory and research*. 43-68. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- GINER, Salvador (1971): *La sociedad masa: ideología y conflicto social*. Barcelona, Seminarios y Ediciones.
- GÓMEZ, Luis Aníbal (1982): *Opinión pública y medios de difusión*. Quito, CIESPAL.

- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús (1988): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Cátedra.
- GORTARI, Eli (1970): *El método dialéctico*; México, Editorial Grijalbo.
- GRANDI, Roberto (1995): *Texto y contexto en los medios de comunicación. Análisis de la información, publicidad, entretenimiento y consumo*. Barcelona, Ed. Bosch
- GROSSI, Giorgio (2007): *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*. Madrid, CIS.
- GU Qian (2003): *Comunicación de noticias china y occidental: Conflicto, mezcla, coexistencia*. Shanghai, Fudan.
- GUO Shenzhi (2003): *Conclusiones y recomendaciones sobre la supervisión de opinión pública actual*. Beijing, Medios de China.
- GUO Wei (2011): *La supervisión de la opinión pública de los ciudadanos en China*. Beijing, Renmin.
- GUO Zhenzhi y ZHAO Lifang (2004): *Enfoque en "Temas en focos"*. Beijing, Universidad de Qinghua.
- HABERMAS, Jürgen (1994): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública* [Traducción de A. Doménech y R. Grasa] Barcelona, Gustavo Gili. (Edición original: 1962).
- HABERMAS, Jürgen (2002): *Verdad y justificación. Ensayos filosóficos*. [Traducción de Pere Fabra y Luis Diez]. Madrid, Trotta.

- HALLIN, Daniel C. y MANCINI, Paolo (2008): *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona, Hacer. [Edición original: 2004]
- HAN Liang (2009): "Problemas y soluciones de supervisión de los medios de comunicación". Disponible en:
http://blog.sina.com.cn/s/blog_5fc4985d0100crh6.html
- HAO Yu (2008): *Introducción al Periodismo*. Beijing, Universidad de Jiaotong de China.
- HATCHEN, William A. (1981): "The World News Prism: Changing Media, Clashing Ideologies". Ames: The Iowa State University Press, pp. 69-72.
- HE Fulin (2003): *Teoría orientada a la opinión pública*. Xinjiang, Renmin.
- HONG Fulan (2006): *Periodismo de radio y televisión*. Shanghai, Editorial de Enseñanza de Lenguas Extranjeras de Shanghai.
- HOU Quanping (2013): *Investigación sobre el programa de comentarios de noticias de TV de China*. Henan, Universidad de Henan.
- HU Angang (2003): *Segunda transición: Construcción institucional nacional*. Beijing, Qinghua.
- HU Chuanyang (2007): *Análisis del discurso*. Shanghai, Renmin.
- HU Jintao (2007): *Informe del Decimoséptimo Congreso Nacional del Partido Comunista de China*. Beijing. Disponible en (chino):
<http://cpc.people.com.cn/GB/104019/104099/6429414.html>.

HU Jintao (2008): Discurso en la sede del *Diario del Pueblo* con motivo del 60 aniversario de su fundación. En *Diario del pueblo* en línea (en español), disponible en:

<http://spanish.peopledaily.com.cn/32001/94220/94221/6437510.html>

HU Zhifeng (2005): *Consulte China TV*. Beijing, Wenhua Yishu.

HU Yu (2001): *Periodismo y opinión pública*. Beijing, Guangbo Dianshi.

HUANG Dan (2005): *Imagen del transeúnte*. Shanghai, Universidad de Fudan.

JI Zongshao (2008): *Tutorial de informe detallado de TV*. Shanghai, Universidad de Fudan.

JIN Taijun (2003): *Reforma administrativa y desarrollo administrativo*. Nanjing, Universidad de Nanjing.

KAPLAN, David (2013) : *Global Investigative Journalism: Strategies for Support. A Report to the Center for International Media Assistance*. Washington, CIMA (Center for International Media Assistance). En:
<http://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/02/CIMA-Investigative%20Journalism%20-%20Dave%20Kaplan.pdf>

KATZ, Elihu; GUREVITCH, Michael and HASS, Hadassa (1973): "On the Use of the Mass Media for Important Things". *American Sociological Review*, 38 (2), 164-181. Retrieved from:
http://repository.upenn.edu/asc_papers/267

LAI Haofeng (2004): *Análisis de los tres núcleos de la noticia de subsistencia*. Shan dong, Ensayo de ShanDong.

- LAI Lijie (2007): *Selección del discurso y fuentes teóricas*. Chengdu, Universidad de Sichuan.
- LARRONDA, Antonio y SOLARI, Pablo (s/f): "Periodismo de Investigación". Serie: La Comunicación (XXI). Revista Relaciones, Montevideo. Edición digital. Disponible en la siguiente dirección:
<http://www.chasque.net/frontpage/relacion/0109/periodismo.htm#comunicacion>.
- LAZARSFELD, Paul K. (1957): "Public Opinion and the Classical Tradition". *Public Opinion Quarterly*, Vol. 21, No. 1, Anniversary Issue Devoted to Twenty Years of Public Opinion Research, pp.39-53.
- LAZARSFELD, Paul F. (1969): "La opinión pública y la tradición clásica", en Steinberg, Ch. y Blauem, W. A.: *Los medios de comunicación social*. México, Roble.
- LAZARSFELD, Paul F. (1971): "Una introducción conceptual al análisis de la estructura latente". En Mora y Araujo, M.: *Medición y construcción de índices*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- LEFEVBRE, Henri (2013): *Lógica formal, lógica dialéctica*. [Traducción de María Esther Benítez Eiroa] México, Siglo XXI
- LEI Yuejie (2003): *Estudio del canal de noticias de TV*. Beijing, Guangbo de china
- LI Dongsheng (1988): *El enfoque de las entrevistas*. Beijing, Renmin.
- LI Dongsheng (1996): *Lo más importante*. Beijing, Diario de Radio y Televisión de China.

- LI Liangrong (1997): *Introducción a las noticias occidentales*. Shanghai, Universidad de Fudan.
- LI Liangrong (2001): *Introducción al Periodismo*. Beijing, Universidad de Beijing.
- LI Maozheng (1987): *Estudio del periodismo contemporáneo*. Tai Bei, Zhongzheng Shuju.
- LI Min y TAN Tian (2011): *La innovación de la forma de los programas de comentarios*. Beijing, Shi Ting Ji.
- LI Qi (2006): "Estrategia de Storytelling: una interpretación de la lógica del discurso de “temas en focos”". Beijing, periódico Xinwen Zhishi.
- LI Tao y TANG Jun (2005): *Profundidad 105*. Beijing, Xinhua.
- LI Wenming (2003): *La emisión de las noticias de comentarios en TV*. Chengdu, Universidad de Sichuan.
- LI Wenming (2003): *La emisión de los comentarios de TV*. Beijing, Renmin.
- LI Xia (2013): *Estudio sobre el dilema y la innovación de los programas de comentarios de televisión*. Gan Su, Universidad de Lanzhou.
- LI Yanling (2004): "Hablando de informes críticos y Supervisión de Opinión Pública". Beijing: Revista de la Federación de Sindicatos y Trabajadores de la Universidad de Beijing.
- LI Zonggui (1998): *Una introducción a la cultura china*. Shanghai, Zhong Shan.
- LIANG Jianzeng (2002): *Libro Rojo de “Temas en focos”*. Beijing, Wenyi.

- LIANG Jianzeng (2003): *La práctica exitosa de la supervisión de los medios informativos*. Beijing, Wenyi.
- LIANG Jianzeng (2004): *El tema es la fuente del éxito de "Temas en focos"*. Beijing, Cultura y Arte.
- LIAO Yongliang (2003): *Regulación de la opinión pública*. Beijing, Xinhua.
- LIMAO Zheng (1987): *El periodismo contemporáneo*. Taipei, editorial Zhengzhong de Taipei.
- LIPPMANN, Walter (2003 [1922]): *La opinión pública*. Madrid, Cuadernos de Langre. [Edición original publicada en 1922 por American Studies at the University of Virginia] [Trad. al chino en 2002, Shanghai, Renmin]
- LIU Chengfu (2006): *La idea y la operación del canal de noticias de televisión: un estudio basado en el canal de noticias CCTV*. Shanghai, Universidad de Fudan.
- LIU Jianming (2001): *La difusión de la opinión pública*. Beijing, Universidad Qinghua.
- LIU Jianming (2002): *El principio de la opinión pública*. Beijing, Huaxia.
- LIU Pengyan (2013): *La justicia y la sociedad en la era de los nuevos medios*. Beijing, Universidad de Beijing.
- LIU Qingsheng (2006): *Sobre la ley de informes detallados de programas de televisión de supervisión de la opinión pública*. Hubei, Universidad de Hubei.

- LIU Xianzhong (2006): *Un enfoque multifacético para eliminar los efectos negativos de la supervisión de la opinión pública*. Beijing, Renmin.
- LIU Xiliang (2007): *La historia de la televisión china*. Beijing, Guangbodianshi.
- LIU Yu (2010): *De sujetos a ciudadanos*. Shanghai, Universidad de Nankai.
- LOWELL, Lawrence (1913): *Public Opinion and popular government*. New York, Longmans, Green
- LU Fei (2014): *Investigación sobre el tema del "temas en focos"*. Hebei, Universidad de Hebei.
- LU Shuming (2007): *El estudio de Comunicación*. Beijing.
- LU Xiaobao (2005): *El gobierno chino contemporáneo y la política*. Nanjing, Universidad de Nanjing.
- LUCAS, Stephen E. (1973): "Theodore Roosevelt's 'the man with the muck-rake': A reinterpretation." *Quarterly Journal of Speech* 59 (4): 452-462.
- MAO, Zedong (1974 [1930]): *Contra el culto a los libros*. Pekín, Ediciones en Lenguas Extranjeras. Digitalizado y preparado para internet por Julio Rodríguez y Juan Fajardo. Disponible en: <http://www.lj4.org/mao/1930contracult.htm>
- MAQUIAVELO, Nicolás (2000 [1513]): *El príncipe*. [En chino], editorial de diario GuangMing, publicado en 2000.
- MASLOW, Abraham H. (1999): "Una teoría sobre la motivación humana", en Shafritz, Jay M. y Hide, Albert C.: *Clásicos de la administración pública*. Madrid, pp. 248-262. México, Fondo de Cultura Económica.

- MATTELART, Armand y MATTERLAT, M. (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Ed. Paidós
- McBRIDE, Sean et al. (1980): *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México, Fondo de Cultura Económica. [Trad. al chino y publicado por la Corporación de Traducción de China en 1981]. [Documento de carácter político e intelectual, impulsado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) cuyo objetivo era el desarrollo de un nuevo equilibrio mundial en el ámbito de la información y de la comunicación]
- McCOMBS, Maxwell (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona, Paidós.
- McQUAIL, Denis (2000): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós. [Edición original: 1983]
- MALGESINI, Graciela y GIMÉNEZ, Carlos (2000): *Guía de los conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*. Madrid, Los Libros de la Catarata.
- MONZÓN, Cándido (2006): *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Madrid, Tecnos
- MORAGAS, Miquel (ed., 1985): *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili.
- NIU Deshuai (2012): *Estudio de programas de comentarios de televisión desde la perspectiva de la sociología*. Chongqing, Universidad de Chongqing.
- NOCERA, Pablo (2008): "Masa, público y comunicación. La recepción de Gabriel Tarde en la primera sociología de Robert Park". *Nómadas, Revista*

crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 19 (3), edición electrónica, disponible en:

<https://webs.ucm.es/info/nomadas/19/pablonocera.pdf>

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (1995): *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. México, Paidós.

NOSNIK, Abraham (1991). *El desarrollo de la comunicación social un enfoque metodológico* (1ª ed.). México, Trillas

PACHECO BENITES, Alberto (2016): "Acceso y conocimiento. En torno a la sociedad de control". *Revista Telos (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, febrero-mayo, 1-5.

PENG Lan (2003): *Teoría y aplicación de noticias de red*. Beijing, Xinhua.

PI Jun (2004): *Gobierno político*. Beijing, Xinhua.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis (2002): "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido". *Estudios de Sociolingüística* 3 (1), pp. 1-42.

PLATÓN (390 a.c): *República*. Traducida del griego por Wang Yang. Editorial de Xi Yuan.

POPPER, Karl (1994): *En busca de un mundo mejor*. Madrid, Paidós.

POPPER, Karl (2015): *La sociedad abierta y sus enemigos*. [Traducción: Eduardo Loedel Rodríguez. Traducción de los adenda: Amparo Gómez Rodríguez] Edición digital, Editor digital: Titivillus. Epub.

PRICE, Vincent (1994): *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Barcelona, Paidós Ibérica.

- PRICE, Vincent (1994): *Opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Barcelona, Paidós.
- QIN Hui (2009): *La opinión pública de China*. Beijing, Universidad de Qinghua.
- QIN Weihong (1997): *Ensayo cultural de DuxiuChen*. Beijing, China joven press.
- REY, Federico y PISCITELLI, Alejandro (2004): *Pequeño manual de encuestas de opinión pública*. Madrid, La Crujía.
- RIVADENEIRA, Raúl (1995): *La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*. México, Trillas [4ª edición].
- RODA FERNÁNDEZ, Rafael (1989): *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. Madrid, CIS.
- RODRIGO ALSINA, Miquel (2001): *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona, Ed. Aldea Global.
- RODRÍGUEZ OSUNA, Jacinto (2005): *Métodos de muestreo. Casos Prácticos*. Madrid, CIS, Colección *Cuadernos metodológicos*. [1ª edición: 1993]
- RUBIO FERRERES, José María (2009): "Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la *agenda setting*", 25 (1). Disponible en: http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html.
- RUI, Bifeng (2014) : "La realización del profesionalismo periodístico en China", en *CSSN*, 22 de enero, en: http://www.cssn.cn/xwcbx/xwcbx_xwll/201401/t20140122_950172_1.shtml

- RUIZ SAN ROMÁN, José Antonio (1997): *Introducción a la tradición clásica de la opinión pública*. Madrid, Tecnos.
- SÁDABA, Teresa (2006): *Framing. Una teoría para los medios de comunicación*. Pamplona, Ulzama.
- SAINT-SIMON, Henri de (1962): *Antología de Saint-Simon*, [en chino, traducido del francés por Dong Liang, ZhaoMingyuan] Beijing: editorial del comercio de Beijing.
- SALWEN, Michael (2012): "Las cuatro teorías de la prensa. ¿Demasiadas o insuficientes?" *Cuadernos Info* (4), pp. 131-141.
<https://doi.org/10.7764/cdi.4.363>. Chile, Santiago de Chile, Pontificia Universidad Católica de Chile, Facultad de Comunicaciones.
- SAMPEDRO, Víctor (2000): *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid, Istmo.
- SEVERIN, Werner J. y TANKARD, James W. Jr. (2001): *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media* [5th Edition]. Londres, Addison Wesley Longman, Inc.
- SHAO Daosheng (2000): *Riesgo país - La reflexión de la corrupción de China*. Beijing, Hua Ling.
- SHI Huarong (1997): *Psicología Social*. Hongkong, Compañía de Zhonghua.
- SIEBERT, Fred; PETERSON, Theodore; y SCHRAMM, Wilbur (1954): "Four Theories of the Press". Urbana, University of Illinois Press.
- SIERRA BRAVO, Restituto (1995): *Técnicas de investigación social*. Madrid, Paraninfo.

- SCHILLER, Herbert I. (1975): "The appearance of national communications policies". En: *Gazette International Journal for Mass Communications Studies*. Vol. XXI, No. 2, p. 82.
- SUN Baoguo (2008): *Investigación sobre la forma de los programas de noticias de la televisión china*. Beijing, Xinhua.
- SUN Guobao (2008): *Estudio morfológico de programas de televisión de China*. Beijing, Xinhua.
- SUN Jinling (2005): *Responsabilidad en el hombro*. Beijing, Universidad de Qinghua.
- SUN Xupei (2004): *Espacio de los medios de comunicación china*. Beijing, Renmin.
- SUN Xupei (2004): *Reforma contemporánea de las noticias de China*. Beijing, Renmin.
- SUN Yusheng (2003): *Década: A partir del cambio de voz de televisión*. Beijing.
- SUN Zhengjia (2005): *Política ecológica*. Heilongjiang, Universidad de Heilongjiang.
- SUO Yanni (2012): *La protección de la acusación pública y la supervisión de la opinión pública*. Beijing, Xinhua.
- TAKEUCHI Ikuo (1989): *La sociología de la comunicación de masas*, [en chino, traducido del japonés por Zhang Guoliang. Fudan, Universidad Fudan]
- TAN Tian (2009): "La televisión de China pide el periodismo de opinión". Revista del "Círculo de vídeo-audio". Beijing, Universidad de Beijing.

- TANG Yi (2009): "Comentarista CCTV: da la competitividad a noticias primeramente", disponible en:
<http://wenku.baidu.com/view/f8e86ca0dd3383c4bb4cd29c.html>
- TANG Zhiping (2006): *Análisis de la reforma de la Televisión*. Beijing, Periódico Xinwen zhanxian.
- THOMPSON, John B. (1995): *The media and modernity: a social theory of the media*. Cambridge, UK, Polity Press in association with Blackwell Publishers.
- TIAN Daxian (2002): *Investigación de supervisión de medios de noticias*. Beijing, Universidad de Beijing.
- TU Guangjin (1998): *Periodismo de radio y televisión*. Beijing, editorial de Xinhua de Beijing.
- UNESCO (2014) : "Sostenibilidad y profesionalismo del periodismo como parte del desarrollo", en:
<http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/2014-themes/sustainability-and-professionalism-of-journalism-is-part-of-development/>
- VILCHES, Lorenzo (1993): *La televisión, los efectos del bien y del mal*. Barcelona, Paidós
- VIZCARRA, Fernando (2005): "Opinión pública, medios y globalización. Un retorno a los conceptos culturales" [en línea], *Revista Cultural*, I (Enero-Junio). México, Universidad Autónoma de Baja California Mexicali. Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69410104>>
- VOYENNE, Bernard (1985): *Les journalistes français: d'où viennent-ils? qui*

sont-ils? que font-ils? Paris, Centre de formation et de perfectionnement des journalistes: Retz. [Trad. al chino por Ding Xueying, Yan Tang: Xinhua]

VOYENNE, Bernard (1986): *El periodismo contemporáneo, Francia*. Traducido al chino por Ding Xueying, Yan Tang. Editorial de Xinhua.

WANG Caiping (2005): *Estudio de las formas innovadores del formulario de programa de televisión*. Beijing, Renmin.

WANG Dongli (2010): *Investigación de la revisión de las noticias de Phoenix TV*. Hunan, Universidad de Hunan.

WANG Jianhong (2013): *Informe de la encuesta de audiencia de la televisión nacional de 2012*. Beijing, Universidad de comunicación de China

WANG Juan (2011): *Estudio sobre la supervisión de la opinión pública de la red de ciudadanos*. Beijing, Xinhua.

WANG Laihua; ZHU Lin; BI Hongyin (2004): *Nuevos horizontes*. Beijing, Xinhua.

WANG Lei (2008): *Innovación del programa de comentario de TV: Análisis de las características del programa de "Noticias 1+1"*. Sichuan, Universidad de Ciencias Políticas y Derecho del Sudoeste.

WANG Meifang (2005): *Supervisión de opinión pública y justicia social*. Hubei, Universidad de Wuhan.

WANG Mengxuan (2014): *Estudio sobre la Diversificación de Temas de Noticias de TV en China*. Hebei, Universidad de Hebei.

- WANG Qingchuan (2001): *Cobertura en profundidad de noticias de televisión*. Shanghai, Universidad de Fudan.
- WANG Wei y LIU Lirong (2006): "Análisis de «Temas en focos»". Beijing, Revista Xinwen Zhishi.
- WANG Xuyao (2010): *Investigación sobre el derecho a supervisar la opinión pública*. Yun Nan, Universidad Central del Sur para Nacionalidades.
- WATZLAWICK, Paul (1992): *¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación*. Barcelona, Herder.
- WATZLAWICK, Paul; BAVELAS Janet B.; y JACKSON, Don D. (1991): *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona, Herder.
- WEAKLIEM, David L. (2003): "Public Opinion Research and Political Sociology". *Research in Political Sociology*, Volume 12, p. 7. Disponible en: <http://www.sp.uconn.edu/~weakliem/rps4.doc>
- WEI Nanjiang (2007): *Análisis del excelente programa de TV*. Beijing, Universidad de los Medios de Comunicación.
- WEN Hongqing (1997): *Ensayo cultural de DuxiuChen*. Beijing, China Joven Press.
- WOLF, Mauro (2001): *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, Paidós.
- WOLF, Mauro (1987): *Investigación de la comunicación de masas*. [Traducción de Carmen Artal]. Barcelona, Paidós
- WU Jiexia (2012): *Estudio sobre programas informativos*. Nanjing, Universidad de Nanjing.

- WU Ming (2000): *Obras escogidas de los Premios de Noticias de China*. Beijing, Xinhua.
- WU Wenhui (2007): *Pérdida ontológica y fuera de juego marginal: errores en el estudio de la historia de noticias chinas*. Beijing, Universidad de Periodismo.
- XIAO Li (2010): *Sobre la buena interacción entre la autoridad supervisora de la opinión pública de Internet y la justicia*. Shanghai, Universidad de Fudan.
- XIE Qinliang (2006): "Selección de Noticias bajo Competencia Multicanal". Beijing, revista *Periodista de China*.
- XIE Side (2009): "Exploración de la futura dirección de la reforma en Macao", disponible en:
http://www.ipm.edu.mo/cntfiles/upload/docs/research/common/1country_2systems/2009_2/p132.pdf
- XU Guangjin (1998): *Comentario de radio y televisión*. Beijing, Xinhua.
- YAN Jirong (2004): *Ciencia Política* (15 edición). Beijing, Universidad de Beijing.
- YANG Dongxi (2012): *Estudio sobre la característica del formulario y la estrategia de desarrollo del programa de comentarios de China*. Gansu, Universidad de Lanzhou.
- YANG Jinbao (1956): "Psicología social". Disponible en:
<https://baike.baidu.com/item/%E7%A4%BE%E4%BC%9A%E8%88%86%E8%AE%BA>

- YANG Qin (2007): "Memoria cultural y vigilancia espiritual en el torrente: una perspectiva del surgimiento de las noticias históricas". Beijing, revista *Dangdai Wentan*.
- YANG Weiguang (1998): *La historia del desarrollo de CCTV*. Beijing, Dongfang.
- YANG Weiguang (2007): *Colección de reformas televisivas*. Beijing, Xinhua.
- YANG Xinmin (2003): *Investigación de la narración de los programas de china*. Beijing, Renmin.
- YANG Xinmin (2005): *Noticias contemporáneas de radio y televisión*. Beijing, Editorial de Radio y Televisión de China.
- YANG Zhuge (2012): *Transformación del discurso de los programas de comentarios de TV*. Liaoning, Universidad de Liaoning.
- YAO Siyu (2011): *Investigación sobre cultura televisiva de los programas de comentarios en el contexto de la nueva cultura de los medios de comunicación*. Jilin, Universidad Normal del Nordeste.
- YE Fengying (2005): "Seminario sobre China y los EE.UU acerca del reportaje en profundidad". Beijing, Instituto de la Difusión de Pekín
- YE Zi (1999a): "Estrategia de comunicación de los programas de noticias de televisión de comentario- perspectiva de investigación de noticias". Beijing, periódico de Universidad de Comunicaciones de China, pp. 46-51.
- YE Zi (1999b): *Investigación sobre los programas informativos de televisión*". Beijing, Universidad Normal de Beijing.

- YE Zi (2005): *Periodismo televisivo moderno*. Beijing, Universidad Normal de Beijing.
- YE Zi (2007): *Noticias de la TV: sincronizando con el evento*. Beijing, editorial de Universidad Normal de Beijing
- YING Jiqing (2010): *Los problemas y las contramedidas de los programas de comentarios*. Hebei, Universidad de Hebei.
- YU Guoming (2010): *Informe anual de la opinión pública social de China*. Beijing, Renmin.
- YU Hu (2001): *La prensa y la opinión pública*. Beijing, Xinhua, editorial de China Radio y Televisión.
- YU Weili (2002): *Análisis cuantitativo de los programas de de opinión pública de china*. Beijing, Universidad de Renmen.
- YU Weili (2002): *Investigación de TV*. Beijing, Universidad de Renmen.
- YU Wujin (2001): *El cuidado humanístico: Otra dimensión de la filosofía marxista*. Beijing, Diario Guangming.
- YUAN Xiaoshuai (2013): *Informe sobre la encuesta de estado de supervivencia de los periodistas*. Henan, Universidad de Henan.
- YUE Miao (2009): *La historia del desarrollo de 50 años de TV de China*. Fujian, Universidad de Xiamen.
- ZAI Fei (2005): *La teoría del equilibrio ecológico en las opiniones públicas: tomar “temas en focos” como un ejemplo*. Beijing, Universidad de Beijing.

ZENG Yan (2010): *Investigación sobre cuestiones legales relacionadas con "Human flesh search engine"*. Hunan, Universidad de Hunan.

ZHAN Jiang (2006): *Informe anual de supervisión de la opinión pública de China*. Beijing, Editorial de Documentación de Ciencias Sociales.

ZHAN Jiang (2009): *La opinión pública de China*. Beijing, Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing.

ZHANG Hong (2012): *El estudio narrativo de los programas de comentarios de TV en el nuevo entorno de medios de comunicación*. Jilin, Universidad de Jilin.

ZHANG Zhenhua (2004): *Nueva teoría de Radio y Televisión China*. Beijing, Editorial de Radio y Televisión de China.

ZHANG Zhengyu y WANG Lini (2007): "El intercambio de ideas o servicio de asesoramiento político: el Foro de CCTV se desvió del objetivo, la revista de sonda de periodismo". Disponible en:
http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_cxb200701005.aspx

ZHANG, Zhian(2017): "Informe del entorno ecológico de los periodistas de investigación en China", en *Modern Communication(Journal of Communication University of China)*, nº 11, en:
<http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFQ&dbname=CJFDLAST2018&filename=XDCB201711008&v=MzAyMzhyS1BTbkliTEc0SDliTnJvOUZiSVI4ZVgxTHV4WVM3RGgxVDNxVHJXTTFGckNVUkxLZmJlZHNGQ3ZrVzc=>

ZHAO Qi (2017): "Sobre el debilitamiento de la función de supervisión de la opinión pública en "Temas en focos". Disponible en:

<http://www.fx361.com/page/2017/0312/1098818.shtml>

ZHONG Fulan (2006): *Periodismo de radio y televisión*. Shanghai, editorial de Enseñanza de Lenguas Extranjeras de Shanghai

ZHOU Jialu (2006): *El poder de la supervisión de la opinión pública*. Shandong, Renmin.

ZHU Shoutong (2006): *Interpretación de los reportajes sobre los medios de vida*. Beijing, Ciencia Social de China.

Надирашвили [Nadirashvili] Ш.А. (1984): *La psicología de la propaganda*. Editorial de Xinhua.

ANEXO. Información de contexto: Resumen histórico / ideológico de la República Popular China

INFORMACIÓN DE CONTEXTO. Resumen histórico / ideológico de la República Popular China		
ETAPAS	HITOS	Hechos
1. Mao Zedong (1949-1978)	1 de octubre de 1949: Mao Zedong, presidente del Partido Comunista, proclama en Beijing la República Popular China	El Kuomintang se retira a la isla de Taiwán en 1949. <i>I Sesión de la Conferencia Consultiva Política del Pueblo Chino</i> : 30 de septiembre de 1949; se proclama la República Popular China y el himno nacional, la bandera, la capital (Beijing) y el nuevo calendario. Se aprueba el <i>Programa Común</i> , una constitución provisional que define la estructura del nuevo gobierno. Se declara el Plan Quinquenal para el desarrollo del país. Mao y Stalin firman el “ <i>Tratado sino-soviético de Amistad, Alianza y Asistencia Mutua</i> ” el 14 de febrero de 1950. Hasta 1978, China siguió el modelo estalinista del socialismo, basado en este tratado.
	Guerra de Corea	El 25 de junio 1950 estalló la Guerra de Corea. El 27 de julio de 1953 Corea del Norte y Corea del Sur firmaron un acuerdo de tregua. La decisión de una intervención china fue tomada por la Unión Soviética.
	El Movimiento de las Cien Flores	En 1951, se firmó el acuerdo de <i>Liberación Pacífica del Tíbet</i> entre Beijing y el gobierno local tibetano. Ese acuerdo enmarcó el retorno de Tíbet a China. En este contexto, en el verano de 1956, Mao alentó el debate crítico sobre los problemas políticos y económicos de China para abordar reformas institucionales y culturales. Este movimiento de apertura de libertades, como la de expresión, se denominó <i>Movimiento de las Cien Flores</i> . La reacción fue el surgimiento del Movimiento Antiderechista y numerosos intelectuales y políticos críticos fueron perseguidos y algunos ejecutados. Fin de la apertura del <i>Movimiento de las Cien Flores</i> y del disenso contra Mao y contra el Partido Comunista de China. .
	El gran Salto Adelante	<i>El gran salto adelante</i> consistió en medidas políticas, económicas y sociales implantadas en la República Popular China por el gobierno del Partido Comunista de China a finales de los 1950 y principios de 1960 durante la presidencia de Mao Zedong, con el objetivo de transformar la tradicional economía agraria China a través de una rápida industrialización y colectivización. Se instituyó <i>La Comuna Popular</i> , una organización económica de propiedad colectiva de la tierra, que tenía una representación en el poder estatal. En las comunas la aplicación del igualitarismo en la distribución perjudicó radicalmente los intereses de los agricultores. Hubo importantes hambrunas con millones de muertos. Se implantó el sistema de salud gratuito que no pudo abarcar la capacidad del país.

INFORMACIÓN DE CONTEXTO. Resumen histórico / ideológico de la República Popular China		
ETAPAS	HITOS	Hechos
2. Deng Xiaoping (1978-1997)	La Reforma y Apertura de 1978	<p>La Reforma y Apertura fue un programa de reforma económica en China y que se llamó "Socialismo con características chinas". Se inició en diciembre de 1978 por los reformistas dentro del Partido Comunista de China (que tomaron el poder después de derrocar a la "Banda de los cuatro" dirigidos por Deng Xiaoping. La meta de la reforma económica china era transformar a la economía planificada de China en una economía de mercado. Desde 1978 se emprendió la reforma en cuatro fases:</p> <p>Primera fase (1978-1984). Recuperación de la economía después del <i>Gran Salto Adelante</i> y de la <i>Revolución Cultural</i>. Reforma de las empresas de propiedad estatal en sociedades anónimas cuya consecuencia fue el establecimiento del mercado de valores en China. Descolectivización de la agricultura, apertura del país a la inversión extranjera y el permiso a emprendedores para fundar empresas. Política del "hijo único" (desde 1979) con el fin de frenar el exceso demográfico (también con leyes para postergar la edad matrimonial y de procreación).</p> <p>Segunda fase (1984-1988). Las políticas de Deng Xiaoping relajaron la intervención gubernamental y los controles sobre la empresa privada. Desde 1984 se introdujeron los impuestos a las empresas, y se cambió el sistema salarial, que desde entonces relacionó remuneración y productividad. El Estado estableció el Banco central, y permitió la construcción de un sistema financiero independiente. Desde entonces, las empresas pudieron hacer préstamos mediante el banco y no con fondos del Estado. Descentralización del control estatal en el desarrollo de la economía provincial. El gobierno dio autonomía a las empresas estatales.</p> <p>Tercera fase (1988-1991). La economía se desarrolló rápidamente, y las nuevas políticas alentaron a la demanda y la producción. Por otra parte, la inflación aumentó gravemente. Las movilizaciones en Tiananmen (1989) incrementaron la crisis política originada por la inflación. Pero este periodo supuso la consolidación económica de China. Agilización de las actividades económicas internas y apertura al exterior.</p> <p>Cuarta fase (1991-1997). Privatización y contratación de la mayor parte de la industria estatizada y levantamiento del control de precios, fin de las políticas proteccionistas y sus regulaciones (XV Congreso del Partido Comunista Chino), aunque los monopolios públicos en sectores como la banca y el petróleo permanecieron. El sector privado creció notablemente, reflejando casi el 70% del PIB de China para 2005. Asimismo, se planificó la construcción de las áreas de desarrollo tecnológico y de economía. Se introdujo el concepto de <i>economía socialista de mercado</i>; la reforma de empresas nacionales en sociedades por acciones; el sistema de asignación de la vivienda como mercancía; la reforma de la medicina. En 1997 se transfiere la soberanía de Hong Kong por Gran Bretaña a China y pasó a ser una <i>Región Administrativa Especial</i> de China.</p>

INFORMACIÓN DE CONTEXTO. Resumen histórico / ideológico de la República Popular China		
ETAPAS	HITOS	Hechos
3. Jiang Zeming, Hu Jintao y Xi Jinping (1997-...).	Crecimiento económico (Jian Zeming)	Después de la muerte de Deng Xiaoping en 1997, su sucesor Jiang Zeming (presidente de la RPCh desde marzo de 1993 a marzo de 2003) continuó con las reformas de desarrollo económico, que siguió creciendo, se despliegan la industria y las infraestructuras y aumentan los salarios. Se controla totalmente la inflación. Pero aumenta también la brecha entre ricos y pobres con la resultante injusticia social y se empiezan a conocer graves casos de corrupción de los funcionarios del gobierno.
	El ideal de la sociedad armónica (Hu Jintao)	<p>Hu Jintao (presidente de la RPCh desde 2003 hasta 2013) establece el ideal social de la <i>sociedad armónica</i> (17 de noviembre de 2006, en el discurso en la CEO Cumbre de APEC que tuvo lugar en Hanoi, capital de Vietnam) y para lograrla estableció los siguientes principios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar la democracia socialista - Aplicar activamente el principio del régimen de la ley - Fortalecer la construcción ideológica y ética - Mantener la equidad y justicia sociales - Establecer un sistema administrativo social ajustado - Fortalecer la protección del medio ambiente
	"El socialismo con características chinas para una nueva era". "El sueño chino" (Xi Jinping, discurso de diciembre de 2013): "Cuando el Partido Comunista celebre su centenario (2021) será una sociedad modestamente acomodada, y cuando la República tenga cien años (2049) seremos un país próspero, fuerte, democrático, civilizado y armonioso. [...] Ése es el mayor de los sueños de la nación china"	<p>Xi Jinping (presidente de la RPCh desde el 14 de marzo de 2013) ha marcado la línea ideológica actual del Partido Comunista de China, conocido como "el socialismo con características chinas para una nueva era" y consta de 14 principios básicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Garantizar el liderazgo del Partido 2. Comprometerse con un enfoque centrado en la sociedad 3. Continuar con una reforma integral y profunda 4. Adoptar una nueva visión para el desarrollo 5. La sociedad es quien gobierna el país 6. Garantizar que cualquier área de gobierno está basada en el derecho 7. Defensa de los valores socialistas 8. Garantizar y mejorar las condiciones de vida de la sociedad a través del desarrollo 9. Garantizar la armonía entre el humano y la naturaleza 10. Perseguir un enfoque global para la seguridad nacional 11. Defender la absoluta autoridad del Partido sobre el Ejército popular 12. Defender el principio de «un país, dos sistemas» y promover la reunificación nacional 13. Promover la construcción de una sociedad de futuro compartido con toda la humanidad 14. Ejercer un control total y riguroso del Partido <p>El "<i>sueño chino</i>" es el eslogan actual en los medios de comunicación de China.</p>